

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena pada saat ini tingginya produktivitas singkatan atau penggunaan abreviasi dikalangan masyarakat terutama dalam surat kabar iklan baris. Perkembangan teknologi yang pesat juga menambah semaraknya pertumbuhan abreviasi di media-media saat ini baik media cetak maupun media online. Produsen ataupun pengusaha sangat memanfaatkan iklan untuk mempromosikan barang dan jasa untuk menarik minat konsumen sehingga memerlukan media yang efektif untuk ajang promosi, oleh karena itu produsen biasanya membuat iklan yang singkat untuk menghemat biaya. Menurut Musaffak, (2015) iklan merupakan bentuk komunikasi persuasif yang bersifat masal dilakukan melalui saluran tertentu dapat berupa pemasaran, pelayanan publik, atau informasi dengan tujuan-tujuan tertentu. Sulastri, (2017:23) mengatakan iklan dalam surat kabar biasanya hanya terdiri dari empat sampai lima baris, menunjukkan bahwa iklan yang termuat dalam surat kabar ini sangat banyak dengan berbagai macam yang diiklankan. Misalnya biro perjalanan, biro jasa, jual alat elektronik, kost, jual mobil/motor, pengobatan, percetakan, jual tanah, jual rumah, kontrakan, salon, dan makanan dan sebagai.

Kridalaksana, (2009:159) mengatakan “abreviasi tidaklah menimbulkan kesulitan untuk pemakai bahasa, kesulitan dalam singkatan akan timbul dalam menghadai singkatan yang jarang dipakai atau hanya dipakai dalam bidang yang sangat khusus”. Akan tetapi banyak juga siswa disekolahan yang bingung saat melihat iklan baris yang terdapat dalam surat kabar lokal maupun nasional sehingga siswa dapat salah menggartikan baik bentuk singkatan maupun bentuk akronim dari iklan baris yang terdapat di media cetak surat kabar. Rohmadi (2013:21) mengatakan singkatan ialah bentuk yang dipendekkan yang terdiri satu huruf atau lebih contohnya SMP kependekan dari (Sekolah Menengah Pertama) sedangkan akronim dibentuk dengan mengindahkan keserasian kombinasi vokal

dan konsonan yang sesuai dengan pola kata. Misalnya; pemilu bentuk akronim dari (pemilihan umum). .

Menurut (Chaer, 2009) kata secara gramatikal mempunyai dua status yaitu sebagai satuan terbesar dalam tataran morfologi dan sebagai satuan terkecil dari tataran sintaksis secara hirarkial yang dibedakan adanya lima macam satuan sintaksis, yaitu kata, frase, klausa, kalimat dan wacana. Ramlan, (2001:21) menyatakan morfologi adalah bagian dari ilmu bahasa yang membicarakan dan mempelajari seluk-beluk kata serta peneruh perubahan bentuk kata terhadap golongan dan arti kata, atau dengan kata lain morfologi mempelajari

seluk-beluk bentuk kata serta fungsi perubahan bentuk kata itu, baik fungsi gramatikal maupun fungsi sematik. Peneliti akan berusaha memaparkan hasil penelitiannya terhadap bentuk akronim dan juga bentuk singkatan-singkatan yang ada di iklan baris Kompas, Solopos, dan Kaltengpos. Peneliti juga akan memaparkan bagaimana proses pembentukan singkatan dan akronim dalam surat kabar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk singkatan iklan baris pada koran Kompas, Solopos dan Kaltengpos?
2. Bagaimana proses pembentukan singkatan ikan baris pada surat kabar Kompas, Solopos dan Kaltengpos?
3. Bagaimana implementasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP Muhammadiyah Pangkalan Bun?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk singkatan iklan baris pada surat kabar Kompas, Solopos dan Kaltengpos.
2. Mendeskripsikan proses pembentukan singkatan ikan baris pada surat

kabar Kompas, Solopos dan Kaltengpos.

3. Mendeskripsikan implementasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP Muhammadiyah Pangkalan Bun.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan manfaat penelitian dibagi menjadi beberapa yaitu:

1. Manfaat teoritis, untuk mengetahui bentuk singkatan dan akronim pada wacana iklan baris koran Kompas, Solopos dan Kaltengpos Serta implementasinya di SMP Muhamadiyah Pangkalan Bun
2. Manfaat praktis, diharapkan dapat menambah kreativitas menulis iklan dengan menggunakan singkatan yang sesuai dengan kaidah kebahasaan yang tepat.
3. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagaimana dapat menemukan sebuah bentuk singkatan dan akronim pada koran Kompas, Solopos dan Kaltengpos serta dapat diimplementasikan dalam pembelajaran.