

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa sebagai alat komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat, perusahaan kuota internet menawarkan berbagai keunggulan dalam mencari pelanggan, beragam keunggulan yang ditawarkan oleh perusahaan kuota internet disampaikan melalui bahasa. Bahasa yang memikat dengan pilihan kata yang kreatif selalu dimanfaatkan oleh perusahaan kuota internet dalam menjangkau masyarakat yang berperan sebagai pengguna layanan kuota internet. Bahasa sebagai alat komunikasi dapat menyampaikan sebuah produk untuk melakukan persaingan antarproduk menggunakan bahasa, apalagi produk yang ditawarkan merupakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti layanan kuota internet.

Persaingan antarproduk layanan kuota internet seperti 3, XL, IM3, Axis, dan Telkomsel cara memperoleh persaingan antarproduk yang memadai, maka melalui pemasangan iklan kuota internet di media elektronik dan media cetak yang dilakukan untuk menarik daya beli masyarakat. Berbagai jenis layanan kuota internet telah muncul di Indonesia dengan media promosi yang digunakan untuk menyakinkan pengguna *smartphone* terhadap pemakaian kuota internet yang dapat meyakinkan masyarakat. Perusahaan menciptakan kuota internet menjangkau semua lapisan masyarakat pada anak-anak, remaja, pemuda, dan orang tua. Iklan berfungsi sebagai media penyampaian atau menyebarkan informasi produk yang ditawarkan. Iklan dengan menawarkan keunggulan atau kelebihan, tujuan iklan apabila dilihat segi komunikasi untuk menyebarkan yang menggunakan bahasa yang persuasif bagi masyarakat.

Semantik sebagai teori tentang makna atau teori arti, yaitu cabang sistematis bahasa tentang pemaknaan atau arti Verhaar (dalam Suastina 2018:4). Semantik menelaah tanda-tanda atau lambang-lambang yang menyatakan

makna, makna yang satu dengan hubungan makna yang lain, dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Semantik meliputi kata-kata, perubahan, dan perkembangan. Iklan kuota internet memuat pesan-pesan yang membentuk daya tarik bagi masyarakat. Pencitraan tersebut ditonjolkan melalui kata, frasa, dan kalimat yang mengandung makna denotatif dan konotatif.

Iklan kuota internet 3, XL, IM3, Axis, Telkomsel, menarik untuk dikaji berdasarkan makna denotatif dan konotatif pada iklan kuota internet karena menyuguhkan makna yang berbeda dengan iklan-iklan antar iklan kuota internet dengan yang lainnya. Iklan kuota internet tersebut mengkaji makna denotatif sebagai makna yang sebenarnya yang terpampang di iklan kuota internet yang dianalisis seluruh bagian-bagaian ini secara keseluruhan untuk menghasilkan makna. Makna konotatif yang akan dianalisis pada iklan kuota internet sebagai makna lain yang ditambahkan dalam kalimat iklan kuota internet. Berdasarkan pernyataan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis permasalahan dengan judul “Makna Denotatif dan Konotatif dalam Wacana Iklan Kuota Internet: Kajian Semantik”. Penelitian ini mencoba menganalisis makna yang terdapat iklan dalam layanan kuota internet.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana makna denotatif dalam iklan kuota internet sebagai kajian semantik?
2. Bagaimana makna konotatif dalam iklan kuota internet sebagai kajian semantik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan makna denotatif dalam iklan kuota internet sebagai kajian semantik.

2. Mendeskripsikan makna konotatif dalam iklan kartu seluler sebagai kajian semantik.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah upaya mengembangkan masalah khususnya di bidang masalah pemaknaan denotatif dan konotatif yang terdapat dalam sebuah iklan kuota internet.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan bagi kajian ilmu Jurusan Bahasa, khususnya yang mengkaji masalah makna denotatif dan konotatif dalam iklan kuota internet.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi penulis diharapkan penelitian dapat memperluas ilmu pengetahuan baik secara teori maupun praktik.
 - b. Bagi pembaca hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan makna denotatif dan konotatif dalam iklan kuota internet.