

**DIKSI DAN GAYA BAHASA PADA WACANA IKLAN KARTU
PERDANA PADA BROSUR KARTU *CELLULAR***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Memenuhi Derajat S-1

Jurusan Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah



Oleh:

RINA RAHAYU
A 310 060 069

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Bahasa merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan suatu informasi. Penyampaian informasi tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan media massa. Setiap anggota masyarakat dapat menggunakan media massa untuk berbagai keperluan, misalnya memasang iklan untuk menginformasikan sesuatu. Media massa dapat berupa media elektronik dan media cetak. Media elektronik yaitu televisi, radio, internet, multimedia sedangkan media cetak berupa koran, tabloit, majalah, pamflet, baliho, brosur, spanduk, dan lain-lain. Keuntungan komunikasi tersebut menimbulkan keserempakan, yaitu suatu pesan tersebut dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak, ratusan ribu, jutaan, bahkan ratus jutaan pada saat yang sama secara bersama-sama.

Pada akhir-akhir ini, masyarakat Indonesia menggunakan media *handphone* sebagai sarana berkomunikasi dengan saudara, teman, atau keluarga jauh. Produsen menciptakan kartu perdana sebagai salah satu bagian dari media *handphone* agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar. Produsen menciptakan kartu perdana dengan berbagai kebutuhan dan tujuan. Daya saing dari berbagai produsen diwujudkan dari bentuk wacana iklan yang menggunakan diksi dan gaya bahasa yang bervariasi. Diksi dan gaya bahasa yang bervariasi dalam bahasa iklan itulah yang dapat memikat konsumen agar menggunakan kartu perdana yang ditawarkan.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti diksi dan gaya bahasa yang digunakan oleh produsen untuk menarik konsumen pada layanan kartu perdana yang ditawarkan. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk mengkaji mengenai pemakaian diksi dan gaya bahasa wacana pada brosur iklan kartu perdana. Unsur-unsur penting dalam bahasa iklan yang digunakan untuk menarik masyarakat atau konsumen sebagai pembaca sekaligus sasaran iklan.

Media massa cetak berupa brosur adalah suatu sarana bentuk iklan yang digunakan oleh seseorang untuk menawarkan barang dagangan mereka kepada konsumen. Media massa cetak brosur sangat berbeda dengan media massa cetak lainnya. Hal tersebut menarik peneliti untuk meneliti wacana iklan yang terdapat pada media massa cetak brosur tersebut. Selain berupa tulisan dan gambar yang dapat diberikan kepada masyarakat secara langsung, brosur juga dapat menarik pembaca dalam jumlah banyak, karena bentuk iklannya yang sangat murah. Masyarakat tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menikmati wacana iklan tersebut. Selain murah, gambar, warna, dan bahasa iklan juga sangat menarik bagi para pembaca.

Tujuan utama dalam wacana iklan adalah menarik perhatian. Untuk itu, diperlukan pesan-pesan iklan yang menarik dan penting sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen (Rani, 2006: 67). Iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat (konsumen) lewat suatu media. Iklan merupakan kegiatan yang bertujuan mempengaruhi konsumen agar membeli atau memakainya, baik berupa barang maupun jasa, atau mengikuti visi maupun misi pemasang iklan. Oleh karena itu, bahasa yang dipergunakan haruslah

dibuat sedemikian rupa sehingga menarik konsumen. Iklan merupakan salah satu bentuk informasi dari produsen kepada konsumen. Produsen sebagai penghasil barang menawarkan hasil produksinya kepada konsumen sebagai pembeli. Bahasa iklan harus dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan oleh produsen.

Iklan diharapkan dapat memberi informasi dan petunjuk yang bermanfaat bagi calon konsumen yang hendak mengadakan pembelian suatu barang. Konsumen sebagai calon pembeli dapat mengetahui karakteristik barang setelah membaca dan menikmati iklan. Bahasa yang digunakan dalam iklan dibuat dengan mengandung daya yang persuasif dan komunikatif. Oleh karena itu, bahasa iklan harus menggunakan diksi dan gaya bahasa yang sesuai dengan maksud dan tujuan iklan.

Penelitian ini digunakan untuk mencari pemakaian bahasa yang ada pada iklan kartu perdana pada brosur dengan judul *Diksi dan Gaya Bahasa pada Wacana Iklan Kartu Perdana pada Brosur Kartu Cellular*. Pemilihan judul ini, peneliti tetapkan dengan mengetahui bahasa yang terdapat pada brosur iklan kartu perdana. Pemilihan media yang berupa brosur dipilih peneliti karena memiliki pemakaian diksi dan gaya bahasa yang bervariasi. Selain itu, skripsi ini berusaha memberikan gambaran bahwa dalam iklan yang berbentuk monolog tidak selamanya menggunakan bahasa yang resmi dan sopan. Media iklan yang diambil sebagai penelitian adalah brosur. Media tersebut memiliki ciri khas pemakaian bahasa yang berbeda dibanding dengan media cetak yang lain.

B. RUMUSAN MASALAH

Masalah yang akan diteliti perlu diidentifikasi secara terperinci dan dirumuskan dalam pernyataan yang operasional. Perumusan masalah sekaligus mempertegas ruang lingkup objek yang akan diteliti. Ada dua masalah yang perlu dibahas dalam penelitian ini, antara lain :

1. Bagaimana bentuk pemakaian diksi wacana iklan kartu perdana pada brosur kartu *cellular*?
2. Bagaimana bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan kartu perdana pada brosur kartu *cellular*?

C. TUJUAN PENELITIAN

Ada dua tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah.

1. Untuk mendeskripsikan bentuk pemakaian diksi wacana iklan kartu perdana pada brosur kartu *cellular*.
2. Untuk mendeskripsikan bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan kartu perdana pada brosur kartu *cellular*.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya, baik secara teoritis maupun praktis. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

- a. Menambah perbendaharaan teori di bidang kajian kebahasaan, khususnya mengenai diksi dan gaya bahasa wacana iklan di media cetak.
- b. Dapat menambah pengetahuan mengenai karakteristik wacana iklan di media cetak.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pemakaian bahasa, khususnya dalam wacana iklan di media cetak.
- b. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat dipergunakan untuk referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan hal yang sama.
- c. Bagi pembuat iklan, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan supaya para pembuat iklan lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi iklan, sehingga iklan terlihat lebih menarik.

E. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori. Bab II meliputi tinjauan pustaka dan kerangka teori. Kajian teori yang dibahas adalah pengertian wacana, jenis-jenis wacana, iklan, media iklan, pengertian brosur, diksi/pilihan kata, dan gaya bahasa.

Bab III Metode Penelitian. Metode penelitian mencakup jenis penelitian, objek penelitian, sumber data dan data, waktu penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, penyajian hasil analisis.

Bab IV Hasil penelitian. Hasil penelitian berisi deskripsi data, analisis data, bentuk umum pemakaian diksi dan gaya bahasawacana iklan kartu perdana pada brosur.

Bab V Penutup. Penutup berupa simpulan keseluruhan dari hasil penelitian yang dilakukan, dan saran.