RAGAM KALIMAT DAN STRUKTUR FUNGSIONAL BAHASA IKLAN PRODUK KECANTIKAN DALAM MAJALAH WANITA

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Guna mencapai derajat Sarjana S-1

Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah

Diajukan oleh:

ISTIQOMAH
A310060078

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2010

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa adalah alat komunikasi yang penting dan vital. Dengan bahasa suatu masyarakat dapat berinteraksi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan bahasa adalah sistem lambang bunyi yang bersifat arbitrer yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerjasama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri (Suharso, 2005:67).

Bahasa merupakan unsur terpenting dalam kehidupan manusia, yaitu sebagai alat komunikasi antarindividu maupun antarkelompok. Berdasarkan hal tersebut fungsi bahasa yang utama adalah sebagai sarana komunikasi. Setiap anggota masyarakat selalu terlibat dalam komunikasi, baik bertindak sebagai komunikator (pembicara atau penulis) maupun sebagai komunikan (mitra tutur, pendengar, atau pembaca).

Secara garis besar kamunikasi dibedakan menjadi dua macam, yaitu komunikasi secara lisan dan komunikasi tertulis. Pemakaian bahasa sebagai alat komunikasi dalam media tulis misalnya majalah, surat kabar, dan tabloit yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi-informasi yang dikemas dalam wujud tulisan.

Wacana sebagai salah satu unsur bahasa menurut Moeliono (1988 : 34) sebagai rentetan kalimat dan kiranya mengkaji satuan-satuan kebahasaan yang

lebih luas seperti yang berkaitan sehingga terbentuklah makna yang serasi di antara kalimat itu. Wacana dapat digunakan sebagai media dalam penyampaian pesan. Dengan kata lain, seseorang dapat berinteraksi dan bekerjasama. Begitu pula dengan produsen untuk menyampaikan maksud dan pesan yang terkandung dlam produknya biasanya menggunakan wacana yang disebut dengan iklan. Produk kecantikan merupakan suatu produk yang diminati oleh masyarakat khususnya para perempuan. Dalam setiap produknya, produsen mencantumkan maksud dan pesan kepada konsumennya. Pesan pada iklan produk kecantikan adalah zat-zat gizi untuk kulit yang terkandung di dalam produk kecantikan tersebut serta manfaatnya bagi kulit. Pesan pada produk tersebut singkat, padat, jelas, tidak berbelit-belit, dan mudah dipahami masyarakat.

Bahasa iklan merupakan salah satu wujud dari ragam bahasa jurnalistik, sehingga mempunyai sebuah bentuk komunikasi yang khas. Bahasa iklan merupakan bahasa yang dipakai untuk menyampaikan segala bentuk pesan tentang suatu produk di media, baik media elektronik maupun media cetak, yang ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat sebagai sebuah bentuk komunikasi atau pesan suatu produk. Iklan biasanya menjadi alat untuk menarik perhatian. Bahkan iklan juga bisa dipakai oleh orang-orang yang kreatif untuk mengekspresikan gagasan atau sebagai sarana persuasif.

Iklan diharapkan dapat memberikan informasi dan petunjuk tentang barang atau jasa yang bermanfaat bagi calon konsumen. Iklan harus dibuat semenarik mungkin agar menarik calon pembeli. Bahasa yang digunakan dalam

iklan dibuat dengan mengandung gaya persuasif yang komunikatif. Ragam kalimat pada iklan produk kecantikan berbeda-beda. Ada kalimat berita, kalimat tanya, dan kalimat perintah dan larangan.

Struktur fungsi dalam Bahasa Indonesia lazimnya S, P, O, K, tetapi kalimat-kalimat dalam iklan produk kecantikan pada majalah wanita kebanyakan tidak semua dari fungsi itu hadir. Misalnya, perhatikanlah contoh kalimat berikut ini.

1. Bisa berfungsi (P) sebagai alas bedak juga (K),.

   Kalimat tersebut hanya memiliki unsur predikat dan keterangan, tidak mengandung fungsi subjek. Subjek kalimat di atas tidak ditampakkan. Kata *Bisa berfungsi* sebagai fungsi predikat sedangkan *sebagai alas bedak juga* sebagai keterangan kalimat.

2. Rivera cosmetic (S) (adalah) trend warna 2010 (P).

   Sedangkan kalimat di atas hanya terdiri dari subjek dan keterangan. *Rivera cosmetik* berfungsi sebagai subjek dan *adalah trend warna 2010* merupakan predikat.

Sekarang ini masih banyak orang yang kurang memahami struktur fungsional. Khususnya dalam kalimat iklan. Hal ini disebabkan kalimat iklan tidak selalu memperhatikan struktur fungsi yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis tertarik untuk menganalisis ragam kalimat dan struktur fungsional pada kalimat iklan produk kecantikan yang terdapat pada majalah wanita. Oleh karena itu skripsi ini berjudul ”Ragam Kalimat dan Struktur Fungsional Bahasa Iklan Produk Kecantikan pada Majalah Wanita”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah ragam kalimat yang digunakan dalam bahasa iklan produk kecantikan pada majalah wanita.
2. Bagaimanakah struktur yang membentuk kalimat iklam produk kecantikan pada majalah wanita.

C. Tujuan Penulisan

1. Mendeskripsikan ragam kalimat yang digunakan dalam bahasa iklan produk kecantikan pada majalah wanita.
2. Mendeskripsikan struktur yang membentuk kalimat iklan produk kecantikan pada majalah wanita.

D. Manfaat Penulisan

1. Manfaat Teoritis

   a. Menambah perbendaharaan teori bidang kajian kebahasaan khususnya tentang ragam kalimat dan struktur fungsional kalimat iklan.

b. Dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam menganalisis wacana atau bahasa iklan dalam sebuah majalah wanita.

2. Manfaat Praktis

a. Memberikan sumbangan positif kepada penulis tentang sebuah wacana dan alat kohesinya, sehingga wacana tersebut mudah dipahami.

b. Menambah wawasan pembaca dalam memahami sebuah wacana iklan dan memahami struktur pembentuk kalimat iklan.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah:

Bab I Pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Masalah Penelitian, dan Sistematika Penulisan

Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori. Tinjauan Pustaka dilakukan para ahli sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Landasan Teori memuat tentang teori – teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas seperti hakikat bahasa, fungsi bahasa, ragam bahasa, pengertian iklan, fungsi iklan, pengertian kalimat, ragam kalimat, dan struktur fungsional kalimat.

Bab III Metode Penelitian. Metode Penelitian ini berisi : Objek Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Validitas Data, dan Teknik Analisis Data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi laporan inti dari penelitian yang membahas analisis data berupa ragam kalimat dan struktur fungsional kalimat.

Bab V Penutup, berisi Simpulan dan Saran.