

**DIKSI DAN GAYA BAHASA WACANA IKLAN  
PADA TABLOID GAUL EDISI 4-8  
BULAN FERBRUARI-MARET 2010**

**SKRIPSI**

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan Jurusan Pendidikan Bahasa,  
Sastra Indonesia, dan Daerah**



**Diajukan Oleh:**

**JESSIKA FITRIANI**

**A 310060195**

**PENDIDIKAN BAHASA, SASTRA INDONESIA DAN DAERAH  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2010**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bahasa merupakan unsur terpenting dalam kehidupan manusia, yaitu sebagai alat komunikasi, baik komunikasi antara individu yang satu dengan yang lain maupun antara kelompok satu dengan kelompok yang lain. Interaksi dan segala macam kegiatan yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat dapat terjadi melalui proses berbahasa.

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi baik secara lisan maupun tertulis. Komunikasi ini dapat terjadi apabila ada proses interaksi antar manusia dalam kehidupan masyarakat. Manusia memerlukan bahasa sebagai alat untuk meenampaikan ide, pikiran, dan gagasan kepada pihak lain dalam suatu masyarakat. Bahasa juga merupakan alat pengungkapan yang baik, yang dapat memberikan efek tertentu yang bukan saja menggambarkan objek itu semirip mungkin, tetapi juga dapat melahirkan setepat-tepatnya apa yang dimaksudkan oleh penutur.

Berdasarkan hal tersebut, fungsi bahasa yang paling utama adalah sebagai sarana komunikasi. Setiap anggota masyarakat dan komunitas selalu terlibat dalam komunikasi bahasa, baik dia bertindak sebagai komunikator (pembicara atau penulis) maupun sebagai komunikan (mitraticara, penyimak, pendengar, atau pembaca).

Secara garis besar sarana komunikasi verbal dibedakan menjadi dua macam, yaitu sarana komunikasi yang berupa bahasa lisan dan sarana komunikasi yang berupa bahasa tulis. Begitu pula wacana atau tuturan dibagi menjadi dua macam, yaitu wacana lisan dan wacana tulis. Kedua macam bentuk wacana itu masing-masing memerlukan model (metode dan teknik). Di dalam penelitian/pengkajian wacana, kedua bentuk wacana itu terdapat pada sumber data yang berbeda.

Gorys Keraf (2004:24) mengungkapkan bahwa kata merupakan bentuk atau unit yang paling kecil dalam bahasa yang mengandung konsep atau gagasan tertentu. Dalam kegiatan komunikasi, kata-kata disatukan dalam suatu konstruksi yang lebih besar berdasarkan kaidah-kaidah sintaksis yang ada suatu bahasa. Untuk menyatakan kata-kata mana yang dipakai untuk mengungkapkan suatu ide atau gagasan, seorang penutur harus memperhatikan ketepatan kata yang digunakan. Pilihan kata atau diksi mencakup pengertian kata-kata mana yang akan dipakai untuk menyampaikan suatu gagasan, akan tetapi pilihan kata tidak hanya mempersoalkan ketepatan pemakaian kata, namun juga mempersoalkan apakah kata yang dipilih itu dapat diterima atau tidak .

Sebuah kata yang tepat untuk menyampaikan maksud tertentu perlu diperhatikan kesesuaian dengan situasi yang dihadapi. Dalam hal ini diperlukan gaya yang tepat digunakan dalam suatu situasi. Gaya bahasa merupakan cara menggunakan bahasa. Gaya bahasa sebagai bagian dari diksi bertalian dengan ungkapan-ungkapan yang individual atau karakteristik, atau

yang memiliki nilai artistik tinggi (Keraf, 2004:23). Dengan gaya bahasa memungkinkan kita dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang mempergunakan bahasa itu. Diksi dan gaya bahasa ini juga dapat dimanfaatkan dalam pemikiran strategi dan perencanaan naskah, salah satunya yakni naskah iklan.

Bahasa digunakan sebagai alat komunikasi. Salah satunya sebagai alat komunikasi iklan. Iklan produk adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Iklan bukanlah suatu hal yang asing dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Bahkan iklan memegang peranan penting untuk menyampaikan pesan-pesan penjualan dan sebagai alat konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh produsen perusahaan barang atau jasa secara persuasif dalam berbagai bentuk dan disampaikan lewat berbagai media. Iklan dapat dijumpai di mana saja, di pasar, terminal, jalan, warung atau dirumah ketika menonton televisi atau mendengarkan radio, membaca Koran, majalah atau tabloid.

Bahasa iklan merupakan salah satu wujud dari 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 cetak maupun media elektronik yang ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Sebagai sebuah bentuk komunikasi atau pesan suatu produk, iklan bisa menjadi alat untuk menarik perhatian. Warna, ilustrasi, judul, teks, logo suatu iklan (dalam hal ini adalah iklan di media cetak) bisa dipakai sebagai sarana bagi biro jasa

periklanan untuk memberikan kesan kepada target pembaca, baik dalam jangka panjang maupun pendek.

Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan menyebutkan bahwa pembelajaran bahasa diharapkan membantu peserta didik mengenal dirinya, budayanya, dan budaya orang lain. Mengemukakan gagasan dan perasaan, berpartisipasi dalam masyarakat yang menggunakan bahasa tersebut dan menemukan serta menggunakan kemampuan analisis dan imajinatif yang ada dalam dirinya. Pembelajaran bahasa Indonesia diarahkan untuk meningkatkan kemampuan peserta didik untuk berkomunikasi dalam bahasa Indonesia dengan baik dan benar, baik secara lisan maupun tulis, serta menumbuhkan apresiasi terhadap hasil karya kesastraan manusia Indonesia (BNSP, 2007: 260).

Diksi dan gaya bahasa wacana iklan merupakan salah satu bahan yang dapat dijadikan sebagai materi untuk mengembangkan kemampuan berbahasa siswa. Dengan memahami ketepatan penggunaan diksi maupun gaya bahasa dapat membantu siswa dalam kegiatan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud untuk mengkaji mengenai pemakaian diksi dan gaya bahasa wacana iklan yang terdapat pada tabloid *gaul*. Unsur- unsur penting ini dalam bahasa iklan yang digunakan untuk menarik masyarakat atau konsumen sebagai pembaca sekaligus sasaran iklan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah bentuk pemakaian diksi wacana iklan pada tabloid *Gaul* edisi 4-8 bulan ferbuari- maret 2010?
2. Bagaimanakah bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan pada tabloid *Gaul* edisi 4-8 bulan ferbuari- maret 2010?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk pemakaian diksi wacana iklan pada tabloid *Gaul* edisi 4-8 bulan ferbuari- maret 2010.
2. Mendiskripsikan bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan pada tabloid *Gaul* edisi 4-8 bulan ferbuari- maret 2010.

## **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 teoritis
  - a. Menambah kekayaan penelitian di bidang bahasa, khususnya mengenai dikdi 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 memberikann masukan supaya para pembuat iklan lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi iklan, sehingga iklan terlihat lebih menarik.