BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa mempunyai peranan yang sangat penting dalam tindak komunikasi, baik komunikasi yang berbentuk lisan maupun tulisan. Seseorang dikatakan mampu berbahasa, bila ia mampu menggunakan bahasa tersebut dengan baik dan benar. Pembelajar bahasa harus selalu aktif dan tidak dapat hanya menirukan segala sesuatu yang diucapkan oleh pengajar. Sebab apabila demikian, pembelajar tidak akan memiliki kemampuan kreatif, suatu kemampuan menggunakan kata di dalam kalimat-kalimat baru, dalam konteks yang baru pula. Suatu ujaran dapat berbeda maknanya di dalam konteks yang berbeda, Pembelajar perlu belajar menggunakan strategi aktif untuk menginterpretasikan dan memahami ujaran itu (Kartomihardjo, 1988:11).

Seseorang dapat dikatakan terampil berbahasa apabila ia dapat berbahasa secara teratur, tertib dan konsisten terhadap kaidah-kaidah kebahasaan yang hidup dalam bahasa bersangkutan. Dalam penerapan berbahasa Indonesia, ia haruslah menguasai Tata Bahasa Indonesia, Ejaan Yang Disempurnakan (EYD), bahkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Perbendaharaan kata-kata yang sangat kaya sehingga bukan hanya terampil menggunakan ungkapan dan gaya bahasa yang telah ada tetapi mampu pula menciptakan ungkapan-ungkapan dan istilah-istilah baru serta pandai menyusun kalimat, bisa membuat berbagai variasi kalimat, mengubah, mengembangkan, menganalisa

dan menstraformasikan kalimat-kalimat yang ada tanpa membuat kalimat-kalimat itu menjadi salah. Seluruh kalimat seluk beluk kebahasaan yang luas dan multi dimensi dari fonetik, morfologi, sintaksis, semantik sampai diksi, perlambangan dari perasaan dikuasainya (Marwoto, 1985:17).

Sehubungan dengan hal tersebut Adhitama (1978:33) mengatakan bahwa supaya komunikasi dapat efektif, pembicara (penulis) selain harus menghayati apa yang harus dikemukakannya ia juga harus terampil mengguna-kannya. Ia bukan harus menguasai tata bahasanya tetapi juga harus peka terhadap gaya bahasa yang dipilihnya.

Gaya bahasa adalah suatu pengaturan kata-kata dan kalimat-kalimat yang dapat mengekspresikan tema, ide, gagasan dan perasaan serta pengalaman mengarang. Dari gaya bahasa ini kita dapat mengetahui sekaligus dapat menilai seseorang yang menggunakan bahasa itu (Ahmadi, 1990:174).

Gaya bahasa memegang peranan penting dalam bertutur. Peranan gaya bahasa itu tidak ubahnya seperti aroma dalam makanan yang berfungsi meninggikan selera (Oka, 1973:57). Gaya bahasa merupakan bentuk rotorik yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyima atau pembaca (Tarigan, 1986:5).

Gaya bahasa yang baik harus mengandung tiga unsur (Keraf, 2004:113), yaitu kejujuran, sopan santun dan menarik. Kejujuran dalam bahasa berarti kita mengikuti aturan-aturan, kaidah-kaidah yang baik dan benar dalam berbahasa. Pemakaian kata-kata yang kabur dan tak terarah, serta penggunaan kalimat yang berbelit-belit adalah jalan untuk mengundang ketidakjujuran. Sedangkan

yang dimaksud dengan sopan santun adalah memberi hormat atau menghormati yang diajak bicara khususnya pendengar atau pembaca. Rasa hormat dalam gaya bahasa dimanifestasikan melalui kejelasan dan kesingkatan. Menyampaikan sesuatu secara singkat dan jelas berarti tidak membuat pembaca atau pendengar memeras keringat untuk mencari tahu apa yang ditulis atau dikatakan. Gaya bahasa dikatakan menarik apabila gaya bahasa itu mengandung tenaga untuk menciptakan rasa gembira dan nikmat (Keraf, 2004:115).

Peranan gaya bahasa sangat membantu pembicara atau penulis sedemikian rupa sehingga pendengar atau pembaca akan mengerti apa yang dimaksud, percaya pada apa yang dikatakannya, ingat apa yang disampaikan dan mau menerima ide-idenya (Adhitama, 1978:33). Berangkat dari pertimbangan tersebut, maka apabila gaya bahasa yang digunakan sesuai dengan pokok pembicara dan pemikirannya, pendengar atau pembaca biasanya akan lebih mudah menangkapnya.

Seperti telah dikemukakan di atas mengenai bahasa, artinya gaya bahasa tidak hanya dipakai dalam bidang kesusastraan saja. Penelitian yang mengambil topik gaya bahasa berdasarkan pada teori-teori tentang gaya bahasa dari para ahli bahasa. Menurut Poerwodarminto (1995:12) gaya bahasa yaitu sifat, tabiat dan kebiasaan peranurgah yang besar pengaruhnya dalam pemakaian bahasa. Hal ini terkait dengan pemakaian kata, susunan kalimat atau lagu kalimat serta cara penuturan yang bersifat perorangan. Pengertian lain mengatakan bahwa cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara lihai yang diperkuat jiwa dan kepribadian penulis.

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa merupakan cara mengungkapkan pikiran melalui suatu bahasa yang memperlihatkan jiwa penulis dengan kekhasannya untuk mengungkapkan suatu hal dengan tujuan dan maksud tertentu.

Dalam suatu iklan banyak kita jumpai jenis gaya bahasa. Iklan bukan sekedar untuk menarik perhatian pembaca, tetapi juga lebih penting adalah dapat membangkitkan keinginan orang untuk mengetahui atau membaca teks tersebut, serta dapat menggerakkan keinginan orang yang bersangkutan untuk mempunyai rasa ketertarikan dan memiliki apa yang diiklankan itu.

Teks iklan harus disusun secara singkat dengan menggunakan kalimat-kalimat pendek dan kata-kata yang benar sehingga mudah dipahami. Dengan hanya sekali baca orang harus sudah mengerti maksudnya. Teks iklan yang terlalu panjang selain membosankan pembaca juga harganya sangat mahal.

Menulis naskah iklan memang bukan pekerjaan yang mudah. Oleh karena itu, dalam menyusun naskah iklan, pembuat iklan harus memperhatikan unsur-unsur kebahasaan sebagai titik tolak penulisan sehingga pesan yang akan disampaikan dapat diterima pembaca atau pendengar tanpa menimbulkan keraguan. Unsur yang perlu diperhatikan adalah pemakaian gaya bahasanya. Pemilihan gaya bahasa yang tepat disesuaikan dengan tema iklan, sehingga calon pembeli mendapat gambaran yang jelas tentang produk yang diiklankan.

Iklan dapat dikatakan berhasil apabila pemasangan iklan dapat memikat sasarannya menjadi mitra untuk mendukung atau membeli barang produksi yang ditawarkan sehingga bahasa yang digunakan dalam iklan seringkali berlebihan (Mulyono, 1996:106).

Analisis gaya bahasa dalam iklan tabloid *Nyata* edisi bulan Januari – Maret 2005 khususnya iklan untuk barang-barang yang diperdagangkan. Penulis menulis topik ini karena bahasa yang digunakan dalam iklan sangat menarik dengan penggunaan gaya bahasa yang bervariasi, menggunakan struktur kalimat-kalimatnya yang beragam serta cara penyampaiannya khas dan obyektif. Penggunaan sarana yaitu iklan pada tabloid *Nyata* alasan yang mendasar adalah bahwa tabloid *Nyata* banyak konsumennya atau pembacanya dari anak muda hingga ibu rumah tangga. Yang paling menarik pada tabloid *Nyata* selain harganya murah dibanding dengan tabloid lainnya, juga isinya sangat lengkap mengungkap kejadian atau peristiwa yang sedang hangat-hangatnya. Baik infotaiment, politik, ekonomi dan serba serbi lainnya, isinya seimbang dengan media massa elektronik.

Media massa merupakan salah satu jenis komunikasi tidak langsung yang kompleks dan luas yang tidak memungkinkan dilakukan komunikasi langsung antara penutur dan petutur. Media massa dapat diklasifikasikan menjadi media elektronik dan media cetak. Melalui media massa, informasi dan gagasan dapat didistribusikan secara efektif, efisien dan meluas kepada masyarakat. Iklan berisi suatu pesan yang disampaikan kepada masyarakat agar masyarakat membaca dan tertarik pada isi iklan tersebut. Iklan dibuat

sedemikian rupa sehingga pembaca terbujuk ingin membeli barang dan jasa yang ditawarkan. Hal inilah yang menyebabkan sebagian besar orang menjadi konsumtif setelah membaca iklan yang disampaikan dalam media massa cetak. Ada suatu ciri khas dalam wacana iklan yang dapat menimbulkan dorongan pada pembaca untuk melakukan ha1 yang tertulis dalam wacana iklan. Ciri khas ini ditunjukkan oleh gaya tuturan yang digunakan dalam wacana tersebut, kemampuan penulis iklan dalam memilih kata-kata yang tepat untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan sangat diperlukan, sehingga iklan tersebut dapat mencapai sasarannya.

B. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dilakukan mengingat terbatas-nya kemampuan peneliti berkenaan dengan pengetahuan, literatur, waktu, tenaga dan biaya. Selain itu pembatasan ini dilakukan agar penelitian ini lebih terarah dan hasilnya diharapkan lebih mendalam.

Pembatasan masalah ini berkenaan dengan beberapa masalah sebagai berikut:

(1) Iklan yang diteliti terdapat dalam Tabloid *Nyata* edisi bulan Januari – Maret 2005.

(2) Iklan yang diteliti menggunakan bahasa Indonesia.

(3) Dari bermacam-macam jenis gaya bahasa menurut berbagai jenis sudut pandang, penelitian ini terbatas pada gaya bahasa berdasarkan struktur kalimatnya dan gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna, yaitu bagaimanakah bentuk-bentuk pemakaian gaya bahasanya.

(4) Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat dan berdasarkan langsung tidaknya makna di atas dikhususkan lagi dengan bagaimana karakteristik pemakaian gaya bahasa yang digunakan dalam iklan.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dipaparkan di atas, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

(1) Bagaimana bentuk-bentuk pemakaian gaya bahasa yang digunakan pada iklan tabloid *Nyata* edisi bulan Januari – Maret tahun 2005.

(2) Bagaimanakah karakteristik pemakaian bahasa dalam iklan pada tabloid *Nyata* edisi Januari – Maret 2005?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

1. Tujuan Umum

   Tujuan umum penelitian ini untuk memperoleh deskripsi tentang pemakaian gaya bahasa pada iklan tabloid *Nyata* bulan Januari – Maret tahun 2005 berdasarkan struktur kalimat.

2. Tujuan Khusus

   Tujuan khusus penelitian ini adalah:

1) Mengidentifikasi bentuk-bentuk pemakaian gaya bahasa struktur kalimat yang digunakan dalam iklan tabloid *Nyata* edisi Januari – Maret tahun 2005.
2) Mengetahui karakteristik pemakaian gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat dalam iklan tabloid *Nyata* edisi Januari – Maret 2005.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian bahasa iklan dalam kaitannya dengan gaya bahasa, diharapkan bermanfaat, baik manfaat praktis dan teoritis.

1. Manfaat teoritisnya adalah hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi penelitian dan usaha pengembangan periklanan di media massa sebagai bahan masukan dan bahan pendukung penelitian tentang gaya bahasa khususnya gaya bahasa dalam iklan.
2. Manfaat praktisnya adalah hasil dari penelitian ini akan bermanfaat bagi guru bahasa dan sastra Indonesia, mahasiswa bahasa dan sastra Indonesia dan terlebih lagi bagi pembuat iklan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah:

Bab I Pendahuluan, bab ini berisi latar belakang, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori. Pada bab ini diungkapkan beberapa tinjauan pustaka beserta teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dikaji.

Bab III Metode Penelitian yang meliputi bentuk dan strategi penelitian, objek penelitian, data penelitian, sumber penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian yang merupakan penyajian dan analisis data yang akan menjabarkan data-data yang telah terkumpul dan diklasifikasikan sesuai dengan kepentingan penelitian, kemudian dianalisis untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang ada sebelumnya.

Bab V Penutup berisi kesimpulan dan saran dari penulisan Laporan Skripsi.