

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan di masyarakat manusia selalu melakukan interaksi atau adanya hubungan dengan sesamanya. Bahasa dan manusia mempunyai hubungan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan. Bahasa suatu alat yang digunakan manusia untuk berkomunikasi, karena dengan adanya penggunaan bahasa manusia dapat mengekspresikan pikiran atau gagasannya. Adanya bahasa seseorang akan semakin terampil berbahasa dan jelas pula pemikirannya.

Kridalaksana (1984:28) berpendapat bahwa bahasa suatu sistem lambang arbiter yang digunakan untuk bekerja sama, berinteraksi, atau mengidentifikasi diri. Meningkatkan bahasa sebagai lambang makna dalam bahasa lisan dapat diwujudkan dalam bentuk tindak ujaran dan bahasa tulis wujud simbol tulisan dan masing-masing memiliki tempat yang berbeda. Komunikasi secara langsung, misalnya ceramah, diskusi dan tanya jawab. Sedangkan komunikasi melalui media misalnya, iklan spanduk di jalan, siaran radio, penulisan opini atau artikel di majalah, surat kabar dan lain-lain.

Iklan salah satu wujud bahasa Indonesia yang dapat diamati kehadirannya pada masa-masa perdagangan era globalisasi saat ini, baik secara konseptual maupun faktual. Secara konseptual kehadiran bahasa Indonesia ditandai oleh beberapa hal, pertama bahasa Indonesia ragam iklan diberi istilah yang berbeda-beda antara lain jurnalistik, bahasa reklame dan iklan. Kedua, bahasa Indonesia ragam iklan didefinisikan bermacam-macam bentuk ciri-cirinya. Ketiga, adanya penelaahan ragam ini oleh para pengusaha baik perorangan atau lembaga. Keempat, adanya ragam ini untuk menghindari kata-kata mubadzir yang membuat orang bosan dalam membaca.

Daya persuasif iklan dapat diperkuat dengan melengkapi teks tersebut menggunakan gambar pewarnaan atau variasi tipografi, dengan demikian iklan tersebut tidak akan berlalu begitu saja dari perhatian masyarakat,

dimana semua masyarakat akan tergiur dengan produk atau barang yang diiklankan dan tergiur janji yang membuat orang ingin membeli barang atau produk tersebut.

Howard dalam Pujiyanto (2013:3) menjelaskan bahwa “iklan suatu kegiatan yang menggunakan sewa tempat pada salah satu media komunikasi, untuk memperkenalkan produksi dan jasa yang baru”. Iklan adalah sebuah komunikasi nonpersonal mengenai suatu produk yang dibayar oleh sponsor. Kedua pendapat tersebut sama-sama menyatakan bahwa iklan bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk, jasa, atau ide.

Dilihat dari perkembangan zaman saat ini yang semakin maju, wujud iklan saat ini sangat bervariasi bentuknya. Saat ini iklan dapat disampaikan melalui berbagai macam bentuk media massa seperti koran, majalah, televisi, radio, dan salah satunya adalah spanduk, contohnya spanduk iklan yang menawarkan beraneka ragam rokok, sewa rumah dan masih banyak lagi dengan menggunakan bahasa yang menarik dan dengan kata-kata yang unik. Iklan dibuat semenarik mungkin agar para konsumen tertarik dengan adanya produk tersebut.

Pada bahasa iklan, para produsen menawarkan barang atau produknya dengan menggunakan bahasa yang bebas dan dibuat semenarik mungkin agar pembaca tertarik dengan iklan tersebut dan produk yang diiklankan laku dipasaran. Tujuan sebuah iklan adalah untuk menawarkan atau memperkenalkan sebuah produk yang sudah dirancang sedemikian rupa untuk menarik minat dan perhatian konsumen agar membeli atau menggunakan barang yang ditawarkan. Dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian mengenai “Analisis Bahasa Spanduk Iklan di Jalan Slamet Riyadi Surakarta Sebagai Sumber Bahan Ajar SMP Negeri 2 Ngadirojo Wonogiri”. Penelitian ini dapat diimplementasikan ke dalam pembelajaran Bahasa Indonesia untuk SMP kelas VIII dalam Kompetensi Dasar 3.3 mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fungsi bahasa spanduk iklan di jalan Slamet Riyadi Surakarta sebagai sumber bahan ajar SMP Negeri 2 Ngadirojo Wonogiri?
2. Bagaimana implementasi bahasa spanduk iklan di jalan Slamet Riyadi Surakarta sebagai sumber bahan ajar SMP Negeri 2 Ngadirojo Wonogiri?

C. Tujuan masalah

1. Mendeskripsikan fungsi bahasa spanduk iklan di jalan Slamet Riyadi Surakarta sebagai sumber bahan ajar SMP Negeri 2 Ngadirojo Wonogiri.
2. Mengetahui implementasi bahasa spanduk iklan di jalan Slamet Riyadi Surakarta sebagai sumber bahan ajar SMP Negeri 2 Ngadirojo Wonogiri.

D. Metode penelitian**1. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini terdapat dua manfaat, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

a. Manfaat teoretis hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai bentuk pemakaian bahasa spanduk iklan di sepanjang jalan Surakarta. Selain itu penelitian ini dapat memperkaya penelitian di Indonesia.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Mempermudah memahami bahasa bahasa spanduk iklan di jalan Slamet Riyadi Surakarta.
- 2) Memberikan sumbangan positif kepada pembaca dalam memahami pemakaian bahasa spanduk iklan di jalan Slamet Riyadi Surakarta.