

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bahasa merupakan alat komunikasi, baik secara lisan maupun tertulis. Bahasa memiliki peran penting bagi kehidupan manusia, dapat dikatakan bahwa hampir seluruh ruang lingkup kehidupan manusia berkaitan dengan bahasa. Hal ini terjadi karena manusia mempunyai kebutuhan untuk berinteraksi dengan lingkungannya, wujud interaksi ini dilakukan dengan cara berkomunikasi dan manusia menggunakan bahasa sebagai alat untuk berkomunikasi. Bahasa sendiri lahir dari pemakaian kata-kata dalam suatu konstruksi yang lebih besar.

Dalam berkomunikasi manusia menggunakan dua cara yaitu komunikasi secara verbal dan non verbal. Berkomunikasi secara verbal dilakukan menggunakan alat/media bahasa (lisan maupun tulis), sedangkan berkomunikasi secara non verbal yang wujudnya berupa aneka simbol, isyarat, kode, dan bunyi (Finoza, 2008:2). Hal tersebut menunjukkan bahwa bahasa merupakan alat komunikasi terpenting bagi manusia.

Kegiatan berkomunikasi, kata-kata dijalin dalam suatu konstruksi yang lebih besar berdasarkan kaidah-kaidah sintaksis yang ada dalam suatu bahasa. Hal paling penting dari rangkaian kata-kata tersebut adalah pengertian yang tersirat dibalik kata-kata yang digunakan itu. Pengertian yang tersirat dalam sebuah kata itu mengandung

makna bahwa tiap kata mengungkapkan sebuah gagasan atau sebuah ide seperti penggunaan gaya bahasa, dengan kata lain kata-kata adalah alat penyalur gagasan yang akan disampaikan oleh orang lain.

Gaya bahasa meliputi semua hirarki kebahasaan: pilihan kata secara individual, frasa, klausa, dan kalimat, bahkan mencakup pula persoalan sebuah wacana secara keseluruhan (Keraf, 2010:112). Bahkan nada yang tersirat di balik sebuah wacana termasuk pula persoalan gaya bahasa. Jadi, jangkauan gaya bahasa sebenarnya sangat luas, tidak hanya mencakup unsur-unsur kalimat yang mengandung corak-corak tertentu, tetapi menyangkut juga beberapa keperluan keperluan tersebut seperti menulis karya ilmiah, menulis karangan bebas, menulis surat, menulis buku-buku pelajaran menulis berita, menulis iklan pada surat kabar, majalah, dan tabloid. Khusus untuk media cetak gaya bahasa berfungsi memberikan informasi kepada khalayak, baik informasi mengenai politik, pendidikan, olahraga, kesehatan, layanan niaga, dan informasi penting.

Hendy (2009:71) menyatakan iklan seakan-akan menjelma menjadi salah satu bagian yang tidak bisa lepas dalam kehidupan kita. Iklan setiap hari menjumpai kita. Kita mau ataupun tidak, iklan tetap menjumpai kita. Dalam kondisi kita terjaga maupun tidak, iklan tetap masuk, dan memberi semacam “ingatan”. Ingatan tersebut biasanya sudah dalam bentuk yang nyata, misalnya produk sampo, sabun, minyak wangi, sepatu, baju, dan obat.

Seperti diketahui bahwa bahasa tulis khususnya media cetak dikonsumsi oleh semua kalangan entah itu kalangan atas, kalangan bawah, remaja, bahkan anak-anak. Untuk itu penulisan iklan pada media cetak seperti spanduk, majalah, tabloid, koran, dan lain sebagainya, hendaknya memperhatikan apa yang menjadi ciri dari bahasa tulis, agar apa yang ingin disampaikan atau apa yang diinformasikan dapat dipahami oleh pembaca.

Namun kenyataannya, kenapa gaya bahasa iklan tersebut muncul, yaitu gaya bahasa yang berlebih-lebihan pada media cetak. Misalnya dalam mempromosikan produk kecantikan *skin food* terdapat pemakaian gaya bahasa yang salah satunya adalah majas hiperbola seperti ini, “*sudahkah kulitmu diberi makan hari ini?*” kalimat tersebut dapat dikategorikan pada kelompok gaya bahasa pertentangan yang berjenis majas hiperbola karena bersifat melebih-lebihkan. Gaya bahasa pertentangan merupakan salah satu jenis gaya bahasa yang ada di dalamnya memuat majas hiperbola. Tujuan penggunaan gaya bahasa yang lainnya adalah penyampaian pesan secara tidak langsung sehingga rangkaian kalimat bersifat persuasif. Namun, gaya bahasa yang digunakan dalam penyampaian iklan pada tabloid sering kali berlebihan dan kurang rasional. Bahkan, ada beberapa produk yang menggunakan berbagai macam bahasa untuk meyakinkan konsumen kalau produknyalah yang lebih unggul jika dibandingkan dengan produk lain yang sejenisnya.

Gaya bahasa juga dikatakan berperan penting dalam menyampaikan iklan. Dengan adanya gaya bahasa, penyampaian iklan akan tampak lebih menarik dan

mudah diingat oleh setiap konsumen yang melihat iklan tersebut. Bahkan, hampir semua iklan mengandung gaya bahasa yang jenisnya majas hiperbola di dalamnya. Hal ini dilakukan agar para konsumen percaya terhadap kelebihan produk yang mereka promosikan jika dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Jadi, tidaklah heran apabila prinsip kesatuan sering kali dilanggar. Akibatnya, terjadi saling membalas antar iklan dengan mengadakan perbaharuan dalam setiap edisinya. Dengan melihat masalah yang ada peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul: “*Gaya Bahasa Iklan Tabloid Nova*”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan seperti berikut.

1. Gaya bahasa yang sering digunakan dalam iklan pada tabloid cenderung berlebihan.
2. Gaya bahasa yang terdapat dalam wacana iklan pada tabloid berpotensi menimbulkan penafsiran yang beragam.
3. Dalam iklan-iklan, prinsip kesantunan sering kali dilanggar. Akibatnya terjadi saling membalas antariklan dengan mengadakan perubahan dalam setiap edisi.
4. Bagaimanakah gaya bahasa yang digunakan dalam Tabloid Nova
5. Fungsi gaya bahasa dalam iklan pada tabloid Nova.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, perlu adanya pembatasan terhadap masalah yang akan dikaji. Pembatasan ini dimaksudkan agar pengkajian atau pembatasan lebih fokus pada pokok permasalahan. Oleh sebab itu, permasalahan dibatasi pada “*Gaya bahasa iklan tabloid Nova*”. Peneliti mengambil edisi selama maret-mei tahun 2013 karena tahun tersebut merupakan kurun waktu terdekat dengan waktu penelitian dengan tingkat kemudahan pencarian data oleh penelitian.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah bentuk gaya bahasa yang digunakan dalam tabloid Nova edisi Maret-Mei tahun 2013 ?
2. Bagaimana fungsi gaya bahasa yang digunakan dalam iklan pada tabloid Nova edisi Maret-Mei tahun 2013?

### **1.5 Definisi Oprasional**

Untuk memudahkan penelitian ini, berikut diuraikan pengertian gaya bahasa, iklan dan tabloid.

1. Gaya bahasa merupakan sarana yang turut menyumbang nilai keputisan, bahkan seringkali nilai seni sebuah karya ditentukan oleh gaya bahasanya. Atau dengan kata lain, gaya bahasa mencakup penggunaan kata-kata kiasan dan

perbandingan yang tepat untuk mengungkap sesuatu maksud agar membentuk pilihan bahasa yang tepat. Dengan demikian, gaya bahasa dalam iklan Tabloid Nova yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gaya bahasa yang merupakan ciri khas gaya bahasa dalam iklan yang terdapat dalam Tabloid Nova. Gaya bahasa dimaksud terdiri dari gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa penegasan dan gaya bahasa sindiran.

2. Iklan merupakan suatu alat untuk menyampaikan pesan jasa dari produsen kepada konsumen melalui media visual dalam rangka mempromosikan produknya.
3. Tabloid Nova merupakan suatu tabloid perempuan dan sekaligus dijadikan objek penelitian.
4. Gaya bahasa yang dikaji dalam penelitian ini meliputi gaya bahasa: gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa penegasan dan gaya bahasa sindiran. Gaya bahasa yang dimaksud di sini merupakan ciri khas kebahasaan iklan pada tabloid.

## **1.6 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk gaya bahasa yang digunakan dalam iklan pada tabloid Nova edisi Maret-Mei tahun 2013.
2. Mendeskripsikan fungsi gaya bahasa yang digunakan dalam iklan pada tabloid Nova edisi Maret-Mei tahun 2013.

## **1.7 Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai gaya bahasa yang ada dalam iklan, serta dapat menambah pengalaman dalam melakukan pengkajian mengenai gaya bahasa.

### **2. Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat, lebih khususnya pengetahuan tentang gaya bahasa yang ada dalam iklan pada tabloid *Nova*.

### **3. Bagi Lembaga Pendidikan**

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pikiran dan pengajaran terutama yang berhubungan dengan bidang jurnalis. Hal ini dapat disajikan bahan perbandingan bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia.