

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kesantunan berbahasa merupakan penggunaan bahasa yang memperhatikan aturan tentang hal-hal yang bersifat sosial, estetis, etika, dan moral. Dikatakan bersifat sosial karena di dalam kesantunan berbahasa harus memperhatikan hal-hal yang ada didalam masyarakat. Bersifat estetis dalam arti bahwa kesantunan berbahasa harus mampu memperhatikan keindahan dalam berbahasa. Bersifat etika, dalam arti bahwa dalam kesantunan berbahasa terdapat norma-norma atau aturan yang tidak boleh di langgar. Bersifat moral berarti bahwa kesantunan berbahasa menunjukkan moralitas atau ahlak penutur bahasa Grice (dalam Hermaji 2019:76). Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa orang yang memiliki kesantunan dalam berbahasa menandakan kepribadian yang baik. Sebaliknya orang yang sebenarnya memiliki kepribadian yang kurang baik, walaupun sudah berusaha berbicara atau berbahasa dengan baik, benar, dan santun, di hadapan orang lain maka suatu saat nanti tidak akan mampu menutup-nutupi kepribadian buruknya dalam proses komunikasi.

Proses komunikasi tidak hanya dilakukan secara bertatap muka saja, tetapi bisa melalui media. Ada pun media yang digunakan ialah media cetak seperti surat kabar, majalah, maupun media elektronik. Media elektronik yang sering digunakan saat ini adalah televisi, radio, dan internet. Radio merupakan salah satu media yang sudah di kenal oleh masyarakat sejak dulu sebelum mereka mengenal televisi dan internet. Salah satu dari penyiaran radio yang sangat menarik untuk di dengar adalah iklan. Bahasa Iklan merupakan bahasa yang bersifat informatif dan

persuasif. Sehingga pesan yang akan disampaikan produsen kepada konsumen haruslah efektif. Selain penggunaan bahasa yang imformatif, bahasa dalam iklan juga bersifat persuasif, artinya bahwa iklan berusaha mempengaruhi konsumen agar dapat membeli barang yang ditawarkan. Hal ini selaras dengan pendapat Kurniati (2016:8) saat ini penyebaran iklan bukan hanya dalam bentuk media cetak tetapi juga sudah merambah ke dunia elektronik, yakni melalui televisi, radio, dan juga internet lebih-lebih iklan pada surat kabar yang setiap hari menyebar dan diterima oleh masyarakat. Adapun jenis-jenis iklan ialah (1) Iklan berdasarkan media, (2) iklan berdasarkan tujuan, (3) iklan berdasarkan komunikator, (4) iklan berdasarkan fungsinya (Bovee dalam Rusmana, 2019:241).

Iklan tidak hanya kita lihat melalui televisi namun juga kita bisa dengar melalui radio. Menurut Nurudin (2020:91) radio merupakan media yang memanfaatkan teknologi komunikasi nirkabel dalam jaringan gelombang radio untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Radio memiliki sarana terhandal untuk menjangkau orang-orang yang sulit atau tidak memiliki akses ke media lain. Iklan radio adalah media promosi yang unik dikemas berupa suara dan musik yang menarik. Salah satu contoh iklan di radio Gorontalo yang peneliti temukan yaitu P1: “ Mama...mama t Adit so tidak ada buku tulis **uti** bo ti mama tidak mo bili buku tulis deng polpen adit ini?” P2: eee tunggu tunggu ti mama tau itu, nanti mo bili kamari” P3: Wey bili kasana saja itu buku tulis deng polpen di toko irak di situ murah-murah lengkap lagi” P2: oh iyo-iyo somo bili di situ saja te Adit pe buku aaa”. Berdasarkan contoh iklan radio Gorontalo RRI Pro1 di atas dapat di lihat pada pemakaian kata **uti**, kata tersebut di bahasakan

oleh seorang anak kepada ibunya. Kata **uti** tersebut dianggap tidak sopan jika kata **uti** digunakan kepada orang tua.

Salah satu bagian dari penyiaran radio yang sangat menarik untuk didengar adalah iklan. Bahasa yang digunakan dalam iklan radio Gorontalo memunculkan ragam bahasa informal dengan menggunakan beberapa bahasa dalam satu tuturan. Bisa dikatakan pengguna bahasa dalam iklan yang disiarkan melalui radio Gorontalo menarik dan layak untuk diteliti. Sehingga peneliti tertarik untuk lebih dalam melakukan penelitian tentang penggunaan bahasa dalam iklan radio Gorontalo dengan formulasi judul *Kesantunan Berbahasa pada Iklan Radio Gorontalo*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut.

- a. Bagaimana prinsip kesantunan berbahasa pada iklan radio Gorontalo ?
- b. Apa makna kesantunan berbahasa pada iklan radio Gorontalo ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini ialah sbagai berikut.

- a. Mendeskripsikan prinsip kesantunan berbahasa pada iklan radio Gorontalo
- b. Mendeskripsikan makna kesantunan berbahasa pada iklan radio Gorontalo

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan kepada seluruh pihak-pihak tertentu sebagai berikut.

a. Kegunaan bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan pada ilmu bahasa dan dapat dijadikan referensi dalam mempelajari penggunaan kesantunan berbahasa.

b. Kegunaan bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan oleh mahasiswa sebagai referensi untuk tugas kuliah dan menjadi bahan pembandingan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kesantunan berbahasa.

c. Kegunaan bagi Instansi

Penelitian ini bisa berguna untuk menambah bacaan di perpustakaan, baik perpustakaan pusat, perpustakaan Fakultas Sastra dan Budaya, serta di jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.

## **1.5 Definisi Operasional**

a. Kesantunan Berbahasa

Kesantunan berbahasa yang di maksud pada penelitian ini adalah perilaku berbahasa yang sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku dan dapat diterima di dalam masyarakat. Kesantunan berbahasa digunakan oleh penutur untuk mengurangi rasa tidak senang atau dapat menyingung perasaan lawan tutur akibat tuturan yang di ungkapkan penutur. Santun atau tidaknya sebuah tuturan ditentukan oleh maksim kesantunan.

b. Iklan radio Gorontalo

Iklan yang dimaksud pada penelitian ini adalah iklan yang di dengarkan melalui radio Gorontalo yang disiarkan melalui beberapa siaran seperti RRI Pro 1 Gorontalo, RRI Pro 2 Gorontalo, RRI Pro 4 Gorontalo

Poliyama Top FM, Selebes, INSANIA Gorontalo yang disampaikan oleh seseorang untuk menarik perhatian khalayak ramai tentang sebuah produk yang ingin dijual sehingga khalayak dapat membeli produk atau barang yang ditawarkan. Namun, pada penelitian ini hanya memfokuskan pada bahasa yang santun dalam iklan radio Gorontalo.

Berdasarkan definisi operasional yang telah dijelaskan di atas maka peneliti akan melakukan penelitian kesantunan berbahasa pada iklan radio Gorontalo.