

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa Indonesia terus berkembang mengikuti perkembangan masyarakat. Masyarakat membutuhkan berbagai sumber informasi. Informasi bersumber dari berbagai media, salah satunya adalah majalah. Majalah sangat penting sebagai sumber informasi. Informasi dalam majalah disampaikan melalui bahasa. Sedangkan bahasa sendiri pada dasarnya sebagai alat komunikasi antar-individu dan masyarakat. Dengan demikian manfaat bahasa bagi masyarakat besar sekali.

Bahasa memiliki fungsi sentral untuk berinteraksi. Bahasa dalam kehidupan sehari-hari dapat kita manfaatkan untuk tujuan tertentu, misalnya untuk memberitahu, menceritakan, menanggapi sesuatu, dan mempengaruhi atau membujuk orang lain.

Dalam tulisan ini akan dibahas salah satu wacana, yaitu wacana iklan. Iklan termasuk wacana yang bersifat persuasif (bujukan), yang artinya berfungsi mempengaruhi atau membujuk orang lain secara halus. Dalam dunia perdagangan, iklan dapat berwujud harapan, himbauan, seruan, atau ajakan kepada pembaca agar membeli produk dagangan yang ditawarkan. Untuk mencapai maksud itu, iklan dibuat menarik supaya mempunyai daya pikat yang tinggi, sehingga pembaca terpengaruh untuk membeli barang yang diiklankan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas masalah dalam penelitian ini dapat

- 1) Bagaimana wujud penuturan wacana iklan yang ada dalam majalah remaja?
- 2) Bagaimana efisiensi dan pilihan kata yang digunakan dalam mempengaruhi pembaca?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan :

1. wujud penuturan wacana iklan yang ada pada majalah remaja
2. pilihan kata, kehematan dan keefisienan kata yang digunakan dalam majalah remaja yang berupaya mempengaruhi pembaca.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. hasil analisis wacana iklan ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan dalam pengajaran bahasa Indonesia, khususnya wacana persuasif.
2. hasil analisis wacana iklan ini dapat menjadi landasan dalam peningkatan mutu tulisan wacana iklan dan merupakan pedoman wacana iklan bagi biro-biro iklan majalah remaja

E. Ruang Lingkup

Karena keterbatasan penulis, maka dalam penelitian ini penulis mengambil sumber data dari majalah remaja. Sedangkan datanya berupa wacana iklan.

Penulis mengambil sumber data dari majalah remaja *Kiwa* yang terbit bulan Januari sampai dengan Juli 2001. Adapun datanya yang berupa wacana iklan

maksudnya data yang diambil hanya untuk memberikan penjelasan tentang masalah yang akan dibahas, yaitu wujud penuturan wacana iklan, dan pilihan kata yang ada dalam wacana iklan.

F. Definisi Istilah

Beberapa istilah yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar-bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman keseluruhan (KBBI, 1988:32).
2. Wacana adalah kesatuan bahasa terlengkap realisasinya tampak dalam bentuk karangan yang utuh, seperti novel, buku, dan artikel (KBBI, 1988:1005).
3. Iklan adalah berita pesanan (untuk mendorong dan membujuk) kepada masyarakat tentang benda dan jasa yang ditawarkan atau pemberitahuan kepada kalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media masa, seperti surat kabar dan majalah (KBBI, 1988:332).