

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era perdagangan bebas dan semakin banyaknya persaingan dalam perdagangan, informasi sangat diperlukan untuk memperkenalkan atau menjual hal-hal baru atau barang-barang baru. Cara untuk memperkenalkan hal-hal baru atau barang-barang baru itu dapat dilakukan melalui iklan. Iklan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* ialah: (1) berita pesanan untuk mendorong, membujuk kepada khalayak ramai tentang benda dan jasa yang diharapkan, (2) pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang, di dalam media seperti surat kabar dan majalah (1988:322).

Soeparno, dkk (2001:109) dalam buku *Bahasa Indonesia untuk Ekonomi* menjelaskan pengertian iklan atau *advertensi* adalah salah satu cara yang digunakan untuk memberitakan atau memberitahukan tentang sesuatu (penawaran, permintaan, pengumuman) kepada masyarakat luas.

Berdasarkan gagasan itu, dapat dikemukakan bahwa iklan adalah sarana promosi untuk menyampaikan pesan-pesan kepada nonpersonal yang bersifat persuasi (membujuk atau mempengaruhi). Jadi iklan merupakan salah satu bentuk sarana komunikasi.

Dalam bentuknya, ada iklan-iklan yang disampaikan secara lisan dan tulisan. Iklan yang disampaikan secara lisan seperti yang ditayangkan di televisi, disiarkan di radio. Dalam bentuk tulisan seperti dalam tabloid, koran, majalah dan papan reklame. Iklan dalam bentuk lisan atau tulisan dalam penyampaiannya menggunakan media yang disebut bahasa, yaitu bahasa iklan. Bahasa iklan menggunakan bentuk tertentu yang berfungsi untuk mendorong atau membujuk pembaca atau konsumen untuk membeli produk yang diiklankan.

Penggunaan bahasa iklan dalam koran bersifat ringkas yang seperlunya saja namun sudah mencakup makna yang menyeluruh dan apa adanya.

Koran telah berkembang pesat, sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin modern dan penyebarannya telah merata di seluruh wilayah Indonesia, hampir semua lapisan masyarakat mengenal koran dan membutuhkan informasi yang terdapat di koran, tentang perkembangan yang aktual di berbagai bidang, termasuk informasi tentang produk baru yang diperiklankan. Sebagai media yang dibaca dan dinikmati oleh sebagian besar masyarakat, koran mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat pembacanya, pengaruh iklan tersebut dapat menimbulkan daya tarik dan minat pembaca atau konsumen untuk melihat, membaca dan memiliki barang yang ditawarkan dalam rubrik iklan tersebut.

Berdasarkan kenyataan itu, penulis meneliti penggunaan bahasa iklan di koran Jawa Pos yang telah dikenal masyarakat banyak. Penelitian dibatasi pada iklan di koran Jawa Pos hari Minggu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penggunaan bahasa iklan dalam koran Jawa Pos?
2. Bagaimanakah jenis-jenis iklan dalam koran Jawa Pos?
3. Bagaimanakah bentuk kalimat dalam kepala iklan dalam koran Jawa Pos.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penulis mengadakan penelitian tentang penggunaan bahasa iklan di koran Jawa Pos.

1. Ingin mengetahui tentang penggunaan bahasa iklan yang terdapat dalam koran Jawa Pos.
2. Ingin mengetahui tentang jenis-jenis iklan yang terdapat dalam koran Jawa Pos.
3. Ingin mengetahui tentang bentuk kalimat dalam kepala iklan yang terdapat dalam koran Jawa Pos.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang penggunaan bahasa iklan, jenis-jenis iklan yang tepat dan benar, serta bentuk kalimat dalam kepala iklan.

2. Bagi Guru

Penelitian ini berguna sebagai bahan pengajaran di kelas.

3. Bagi Biro Periklanan

Penelitian ini merupakan penghargaan penulis terhadap eksistensi periklanan.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang bahasa iklan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah iklan-iklan perdagangan, dan iklan jasa yang sifatnya komersial, yang terdapat dalam koran Jawa Pos.

F. Asumsi

Penulis berasumsi bahwa setiap penulis iklan mempertimbangkan banyak hal dalam menulis iklan terutama dalam menentukan konteks bahasa.

G. Definisi Istilah

Berikut ini beberapa istilah yang dipergunakan dalam penelitian yang perlu dijelaskan agar tidak menimbulkan salah tafsir, yaitu:

1. Bahasa iklan

Merupakan bahasa yang dipakai untuk menawarkan dan memperkenalkan produk atau jasa yang diiklankan, dalam hal ini bahasa iklan yang terdapat dalam koran Jawa Pos.

2. Iklan

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, iklan merupakan: 1) bentuk pesanan untuk mendorong, membujuk kepada khalayak ramai tentang benda dan jasa yang diharapkan, 2) pemberitaan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang, di dalam media massa seperti di koran dan majalah (1988:322). Iklan atau advertensi adalah salah satu cara yang digunakan untuk memberitahukan atau memberitahukan tentang sesuatu (penawaran, permintaan, pengumuman) kepada masyarakat luas (Soeparno, dkk, 2001:109).

3. Kalimat kepala dalam iklan

Merupakan kalimat utama yang digunakan dalam penulisan iklan, dalam hal ini kalimat kepala dalam iklan di koran Jawa Pos.