

bahasa iklan mempunyai BAB I rrik tersendiri berbeda
dengan bahasa bid PENDAHULUAN dalam karya sastra
maupun karya ilmiah.

A. Latar Belakang Masalah

B. Rum Dalam era globalisasi sekarang ini, khususnya
dalam era perdagangan bebas, sarana informasi sangat
diperlukan orang, baik untuk memperkenalkan maupun untuk
menjual barang dan jasa. Hal ini dapat dilakukan melalui
iklan. Iklan menurut KBBI (1988:322) adalah :

1. Berita pesanan (untuk mendorong, membujuk) kepada
khalayak ramai tentang barang dan jasa yang ditawarkan
2. Pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang
atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa
3. seperti surat kabar dan majalah iklan media cetak?

Iklan ada yang disampaikan secara lisan ada pula
dalam bentuk tulisan. Iklan baik dalam bentuk lisan
maupun tulisan disampaikan dengan menggunakan alat yang
disebut bahasa, yaitu bahasa iklan. Supaya iklan itu
menarik, memikat, sarana bahasa benar-benar diperhatikan.

2. Men Penulis tertarik untuk membahas bahasa iklan, hal
ini berkaitan dengan semakin banyaknya iklan baik di
media cetak maupun media elektronik. Di samping itu

bahasa iklan mempunyai daya tarik tersendiri berbeda dengan bahasa bidang lain misalnya dalam karya sastra maupun karya ilmiah.

Penulis iklan dapat memperhatikan unsur kebahasaan

B. Rumusan masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah bentuk-bentuk wacana iklan dalam media cetak?
2. Bagaimanakah teknik-teknik persuasi dalam iklan di media cetak?
3. Bagaimanakah struktur pesan dalam iklan di media cetak?
3. Bagaimanakah pilihan kata dalam iklan media cetak?

C. Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk wacana dalam iklan.
2. Mendeskripsikan teknik-teknik persuasi dalam iklan.
3. Menelaah struktur pesan dalam iklan.
4. Menelaah pilihan kata yang terdapat dalam iklan.

30 surat kabar yang dipilih. Data tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan kevariasiannya. Artinya data

D. Kegunaan Penelitian memberi bukti atau penjelasan tentang Hasil penelitian ini bermanfaat :
 1. Bagi penulis iklan teknik persuasi dalam iklan, struktur

1. Bagi penulis iklan teknik persuasi dalam iklan, struktur Penulis iklan dapat memperhatikan unsur kebahasaan dalam iklan yang meliputi pemilihan kata, pemilihan kalimat, wacana dengan cara yang menarik.

2. Bagi guru bahasa Indonesia

Guru bahasa Indonesia dapat memanfaatkan iklan sebagai salah satu alternatif bahan pengajaran bahasa di SMK. isis yaitu penguraian sesuatu pokok atau berbagai

3. Bagi pembaca khususnya mahasiswa, kaum terpelajar serta peminat bahasa dan sastra Indonesia, dapat memanfaatkan sejumlah informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini. yang merupakan suatu

keputusan atau satuan bahasa terungkap, realitanya

E. Keterbatasan Penelitian dengan yang utuh seperti buku

atau Sejalan dengan masalah yang diteliti, yaitu Analisis Bahasa Iklan dalam Media Cetak, penelitian ini yang diambil dari majalah Nova yang terbit pada bulan Juli 1997, surat kabar Jawa Pos yang terbit pada bulan Agustus 1997 serta harian Surya yang terbit pada bulan September 1997. Adapun data yang berjumlah 19 wacana dari 30 surat kabar yang dipilih. Data tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan kevariasasiannya. Artinya data

diambil hanya untuk memberi bukti atau penjelasan tentang masalah yang dibahas, yaitu tentang bentuk-bentuk wacana dalam iklan, teknik-teknik persuasi dalam iklan, struktur pesan dalam iklan serta pilihan kata yang terdapat dalam iklan.

Tidak sedikit orang yang telah mengerti dan menyetujui bahwa bahasa terungkap adalah bahasa yang banyak dikemukakan oleh para ahli.

F. Definisi Istilah Berdasarkan istilah yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis yaitu penguraian sesuatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan (KBBI, 1983: 32)
2. Wacana ialah keseluruhan tutur yang merupakan suatu kesatuan atau satuan bahasa terungkap, realitanya tampak pada bentuk karangan yang utuh seperti buku atau artikel (KBBI, 1988: 1005)
3. Iklan adalah berita pesanan (untuk mendorong, membujuk) kepada khalayak ramai tentang barang dan jasa yang ditawarkan, atau pemberitaan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa seperti surat kabar dan majalah (KBBI, 1988: 322).