

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa menjadi salah satu unsur paling penting yang memengaruhi kehidupan maupun kebudayaan manusia. Bahasa merupakan alat pengungkap diri baik secara lisan maupun tertulis dari segi rasa, karsa, dan cipta serta pikir baik secara etis, estetis maupun logis. Bahasa yang menarik dalam sebuah kalimat dikarenakan adanya gaya bahasa. Begitu juga di dalam dunia bisnis terdapat gaya bahasa yang menarik untuk mempromosikan suatu barang atau jasa supaya semakin dikenal.

Gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta membandingkan suatu barang atau hal tertentu dengan barang lain yang lebih umum. Terdapat empat macam gaya bahasa seperti yang dikemukakan Tarigan yaitu, gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa pertautan, dan gaya bahasa perulangan.

Berkaitan dengan hal sebelumnya untuk mempromosikan suatu barang menjadi ujian dalam menjalankan pekerjaan, cara yang paling berkesan adalah dengan mempublikasikan produk salah satunya dengan menggunakan gaya bahasa yang menarik pembeli. Gaya bahasa dapat digunakan pada slogan iklan. Slogan adalah kata-kata pendek yang mencolok dan menarik sehingga tidak sulit bagi pembaca untuk mengingatnya.

Membaihnya dunia usaha di Indonesia harus terlihat dari beragamnya tenaga kerja bisnis dan produk sehingga terjadi persaingan antar produsen untuk menjual produknya, sebagian besar produsen memajukan produknya dengan melalui iklan seperti promosi di televisi, radio, surat kabar dan selanjutnya melalui media sosial. Untuk mempengaruhi sikap dan perilaku individu dalam menyikapi promosi iklan yang disampaikan produsen menggunakan bahasa yang menarik dan dapat diingat oleh pendengar dan pembaca.

Penelitian ini peneliti memfokuskan permasalahan yaitu gaya bahasa terdapat empat gaya bahasa yang dibahas dalam penelitian ini seperti yang dikemukakan

oleh Tarigan yakni gaya bahasa perbandingan, pertetangan, pertautan dan perulangan. Pemilihan gaya bahasa dimaksud untuk mengetahui gaya bahasa yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube*. Alasan peneliti memilih penelitian tentang gaya bahasa mengenai slogan iklan minuman di *youtube* karena gaya bahasa merupakan bahasa yang indah yang digunakan untuk meningkatkan kesan dan jalan memperkenalkan serta membandingkan suatu benda dengan hal lainnya yang lebih umum. Jadi, gaya bahasa dan slogan iklan memiliki keterkaitan karena di dalam slogan iklan minuman terdapat banyak gaya bahasa. Iklan minuman termasuk dalam jenis iklan perdagangan, jenis iklan ini memiliki banyak gaya bahasa, hal ini dikarenakan di dalam iklan perdagangan memiliki tujuan untuk menarik minat konsumen.

Produk yang diiklankan melalui gaya bahasa bersifat persuasif yang artinya mengajak masyarakat untuk menggunakan produk tersebut. Berkembangnya dunia bisnis di Indonesia dapat dilihat dari beragam produk barang dan jasa, perniagaan semakin bervariasi sehingga adanya persaingan antara produsen-produsen untuk menjual barang dagangannya. Melalui iklan sebuah produk maupun jasa ditawarkan kepada khalayak. Hal ini bertujuan untuk memengaruhi khalayak agar percaya dengan produk yang ditawarkan, hal ini disebabkan potensi iklan yang luar biasa dalam menciptakan opini dan persepsi masyarakat.

Pertimbangan yang mendasari peneliti menjadikan iklan di *youtube* sebagai objek penelitian yaitu pertama dalam sebuah iklan terkadang seseorang tidak menyadari terdapat slogan yang mengandung gaya bahasa. Didalam slogan iklan menggunakan bahasa yang singkat, padat, jelas dan menarik namun memiliki arti kiasan sehingga menarik untuk diteliti. Kedua bahasa yang digunakan dalam iklan memberikan sugesti atau mempengaruhi penikmat iklan agar mengonsumsi atau melakukan sesuatu sesuai dengan tujuan yang diharapkan dari pembuat iklan tersebut atau lebih tepatnya membujuk konsumen dengan kata-kata. Ketiga, media *youtube* merupakan media yang paling efektif dalam memengaruhi masyarakat di era milenial ini, pesan dalam sebuah iklan akan cepat sampai kepada masyarakat. Seperti yang sudah diketahui di era milenial hampir semua orang

mampu mengakses internet khususnya *youtube* baik kalangan tua maupun muda karena praktis dan mudah di akses.

Penelitian gaya bahasa pada slogan iklan minuman di *youtube* berkaitan dengan pendidikan di sekolah yaitu terdapat pada Kurikulum Pendidikan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) pada kelas VIII SMP/MTs. Tepatnya pembelajaran dengan Standar Kompetensi (12), yaitu siswa mampu mengungkapkan informasi dalam bentuk rangkuman, teks berita, dan slogan/poster serta mengungkapkan pikiran dan perasaan dalam puisi bebas. Kompetensi Dasar 12.3, siswa mampu menulis slogan/poster sesuai dengan konteks. Lebih khususnya tercakup dalam KD menulis slogan/ poster untuk berbagai keperluan dengan pilihan kata dan kalimat yang bervariasi, serta persuasif. Dalam hal ini gaya bahasa iklan dapat menjadi bahan pembelajaran dalam menulis slogan sesuai dengan konteks.

Adapun harapan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui lebih dalam mengenai Gaya Bahasa yang digunakan dalam Slogan Iklan Minuman di *Youtube*. Dengan adanya penelitian ini diharapkan kepada pembaca lebih memahami tentang gaya bahasa sehingga lebih tepat dalam penggunaannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti ingin mengetahui gaya bahasa yang digunakan dalam slogan iklan. Yaitu, gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa pertautan dan gaya bahasa perulangan. Dengan demikian, kajian ini akan fokus pada pembahasan gaya bahasa dalam slogan iklan minuman di *youtube*.

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas fokus penelitian dalam penelitian ini adalah “ Gaya Bahasa pada Slogan Iklan Minuman di *Youtube*”. Adapun sub-sub masalah dalam fokus penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana gaya bahasa perbandingan yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube*?
2. Bagaimana gaya bahasa pertentangan yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube* ?

3. Bagaimana gaya bahasa pertautan yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube*?
4. Bagaimana gaya bahasa perulangan yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube*?

Fokus penelitian dan sub-sub masalah penelitian dibuat agar penelitian ini lebih terarah dan hanya terfokus pada masalah dalam penelitian ini saja. Juga dapat memudahkan penulis dalam meneliti sesuai dengan rumusan masalah yang dibuat.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan sub fokus di atas, maka tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan Analisis Gaya Bahasa Dalam Slogan Iklan Minuman di *Youtube*. Secara khusus tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan gaya bahasa perbandingan yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube*
2. Mendeskripsikan gaya bahasa pertentangan yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube*
3. Mendeskripsikan gaya bahasa pertautan yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube*
4. Mendeskripsikan gaya bahasa perulangan yang digunakan dalam slogan iklan minuman di *youtube*

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis. Adapun manfaat tersebut diuraikan sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan memperkaya khasanah pengembangan ilmu bahasa khususnya dalam menganalisis gaya bahasa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pembaca

Memberikan informasi kepada pembaca tentang analisis gaya bahasa sebagai bahan masukan bagi pengajaran bahasa Indonesia

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat menanbah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai gaya bahasa, slogan, dan iklan.

c. Bagi peneliti lainnya

Hasil ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan khususnya dalam permasalahan yang akan dibahas jika berkaitan dengan analisis gaya bahasa

d. Bagi pendidikan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan ajar pada siswa, khususnya pada pembelajaran gaya bahasa dalam slogan iklan.

E. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian merupakan aspek penting dalam penelitian. Ruang lingkup penelitian adalah penjelasan tentang batasan sebuah subjek yang terdapat di sebuah masalah yang diangkat penulis dengan merujuk pada indikator yang dikemukakan pada teori. Ruang lingkup dibutuhkan dalam penelitian supaya lebih teratur dan terstruktur dalam mengumpulkan data.

Adapun ruang lingkup yang berisikan definisi konseptual fokus penelitian dan konseptual sub fokus penelitian dalam rencana penelitian ini.

1. Konseptual Fokus Penelitian

Konseptual fokus penelitian merupakan bagian penelitian yang bersifat menentukan atau mempengaruhi suatu objek penelitian. Konseptual fokus penelitian juga merupakan definisi yang dirumuskan oleh penulis tentang istilah-istilah yang ada pada masalah penelitian ini. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan supaya tidak terjadi kerancuan dan kesalahan penafsiran sebagai berikut.

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Gaya bahasa juga merupakan cara mengungkapkan atau perasaan untuk memperoleh efek-efek tertentu atau menimbulkan suatu perasaan yang tertentu dalam hati pembaca.

b. Slogan

Slogan merupakan jenis kalimat yang menarik karena menggunakan kata-kata yang menarik dan mencolok serta menarik minat pembaca dan pendengarnya. Jika bahasa yang digunakan menarik maka slogan tersebut dapat dikatakan menarik. Jika bahasa yang digunakan dapat menarik perhatian pembaca, maka kata dan frasa yang digunakan juga beragam dan memikat.

c. Iklan

Iklan merupakan media penyaluran berita kepada khalayak umum. Iklan bersifat persuasif artinya mengajak masyarakat untuk menggunakan produk yang dipasarkan melalui gaya bahasa yang disampaikan dalam iklan tersebut. Maka, iklan yang dianalisis adalah iklan minuman yang ada di *youtube*.

d. *Youtube*

Youtube ialah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu. *Youtube* mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi video atau melihat video secara langsung.

2. Konseptual Sub Fokus Penelitian

Konseptual sub fokus penelitian memaparkan aspek-aspek yang akan diteliti. Konseptual sub fokus penelitian ini dimaksud agar tidak ada kesalahpahaman antara penulis dan pembaca dalam menafsirkan istilah yang dimaksud dalam penelitian ini. Adapun konseptual sub fokus penelitian ini antara lain.

- a. Gaya bahasa perbandingan adalah gaya bahasanya diungkapkan dengan cara menyandingkan atau membandingkan suatu objek dengan objek lainnya, bisa berupa penyamaan, kelebihan, atau penggantian.
- b. Gaya bahasa pertentangan adalah gaya bahasa dalam karya sastra yang menggunakan kata-kata kiasan di mana maksudnya berlawanan dengan arti sebenarnya.
- c. Gaya bahasa pertautan adalah kata-kata berkias yang menyatakan adanya pertautan terhadap kedua benda yang digunakan penulis untuk memberikan kesan imajinatif.

Gaya bahasa perulangan adalah gaya bahasa yang mengandung perulangan bunyi pada bagian kata atau kalimat yang dianggap penting untuk memberikan penekanan dan nilai keindahan.