

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kohesi leksikal dan kohesi gramatikal merupakan unsur internal wacana. Kohesi leksikal terdiri atas sinonim, ekuivalensi, kolokasi, hiponim, antonim, dan repetisi. Kohesi gramatikal terdiri atas referensi, substitusi, elipsis, dan konjungsi. Kohesi merupakan hubungan dalam wacana yang dikaitkan dengan alat penggunaan unsur bahasa. Unsur-unsur kohesi menjadi penting bagi terbentuknya wacana yang koheren dengan bertujuan untuk mendapatkan makna bahasa, kejelasan informasi, dan keindahan bahasa (Harika, 2020: 4).

Selain itu, dalam unsur lingual bahasa, iklan juga memiliki kalimat kohesif terutama dalam hal penyampaiannya. Bentuk kalimat-kalimat yang kohesif yaitu kohesi leksikal dan kohesi gramatikal. Pada penelitian ini, data yang diperoleh akan diamati dan dicatat mengenai kalimat-kalimat kohesif tiap iklan produk kebutuhan anak yang ditayangkan di televisi. Pada penelitian ini, terdapat data kebahasaan yang mengandung salah satu unsur kalimat kohesif (kohesi leksikal) yaitu *Sakit kembali kena batuk pilek dan batuk flu, solusinya cukup satu, OBH Combi Anak* dan ada juga yang mengandung unsur kalimat kohesif (kohesi gramatikal) yaitu *Bebelac dengan formula yang disempurnakan mengandung minyak ikan dan omega 6 lebih tinggi*.

Dalam konsep unsur lingual bahasa, iklan tersebut mengandung unsur kalimat-kalimat yang kohesif sehingga dapat dinikmati audio visualnya. Calon

konsumen akan melihat sebuah iklan dari cara penggunaan dan perubahan kalimat persuasif, bentuk kalimat, dan teknik persuasi. Calon konsumen merasa dihipnotis akan adanya hal-hal tersebut yang membuatnya ingin membeli dan mendapatkan produk tersebut.

Pemilihan unsur kohesi leksikal dan unsur kohesi gramtikal akan berpengaruh dalam sebuah iklan agar sukses dan laku dalam pemasaran produk. Sebagai salah satu bentuk wacana, pada umumnya iklan harus menggunakan bahasa yang kreatif dan komunikatif dan memenuhi aspek-aspek yang membentuk kohesi. Untuk menganalisis kohesi yang terdapat dalam iklan, akan digunakan analisis kohesi leksikal dan kohesi gramatikal karena seperti yang dikatakan oleh Van de Velde dalam Sriani, dkk (2017: 220) mengatakan bahwa untuk memahami wacana dengan baik, diperlukan pengetahuan dan penguasaan kohesi yang baik pula. Dalam hal ini, dapat dicontohkan penggunaan alat-alat kohesi leksikal dan kohesi gramatikal yang berkesinambungan dalam beberapa iklan produk kebutuhan anak pada bab pembahasan.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan, penelitian ini akan memilih iklan produk kebutuhan anak untuk dianalisis karena iklan-iklan tersebut secara umum memiliki daya tarik sehingga dapat menarik perhatian publik dan menarik minat konsumen. Penelitian ini juga ingin membahas adanya kalimat kohesif, yaitu kohesi leksikal dan kohesi gramatikal sebagai aspek penting dalam sebuah wacana yang terdapat dalam iklan produk kebutuhan anak. Aspek unsur kohesi leksikal dan kohesi gramatikal tersebut merupakan penyampaian pesan yang kreatif dan persuasif dalam sebuah iklan.

Penelitian ini sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut dari aspek analisis wacana yang berfokus pada unsur kohesi leksikal dan kohesi gramatikal dengan deskripsi lebih jelas. Hal tersebut berhubungan dengan calon konsumen untuk memahami kalimat kohesif yang berkaitan dengan tata bahasa atau informasi dalam sebuah unsur lingual bahasa yang ada pada sebuah iklan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji sebagai berikut,

1. Bagaimana kohesi leksikal yang terdapat dalam iklan produk kebutuhan anak di televisi periode 2020?
2. Bagaimana kohesi gramatikal yang terdapat dalam iklan produk kebutuhan anak di televisi periode 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terdapat tujuan penelitian sebagai berikut,

1. Mendeskripsikan kohesi leksikal yang ada pada iklan produk kebutuhan anak di televisi periode 2020.
2. Mendeskripsikan kohesi gramatikal yang ada pada iklan produk kebutuhan anak di televisi periode 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan sebelumnya, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai kalimat kohesif pada bidang ilmu linguistik yang digunakan dalam sebuah iklan yaitu kohesi leksikal dan kohesi gramatikal. Hasil penelitian juga bermanfaat sebagai referensi bagi yang ingin melakukan sebuah penelitian lebih lanjut mengenai studi analisis wacana sehingga memudahkan dalam melakukan analisis dengan menggunakan teori tertentu.

Secara praktis hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembuat iklan, terutama produk yang berkaitan dengan kebutuhan anak dalam bidang produk makanan, minuman, pembersih tubuh, dan obat-obatan. Bahasa iklan tersebut akan memunculkan politik bahasa untuk memenangkan produknya pada persaingan pangsa pasar. Bagi guru atau pendidik, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pemahaman dan penerapan kohesi leksikal dan kohesi gramatikal dalam bentuk soal-soal latihan untuk kegiatan proses belajar mengajar.

1.5 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep ini bagian penelitian yang berisi tentang penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam sebuah penelitian. Operasionalisasi konsep juga digunakan sebagai dasar untuk menentukan arah penelitian sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Operasionalisasi konsep digunakan untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan hasil penelitian. Berikut konsep yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini.

1. Yang dimaksud dengan “kohesi leksikal” pada kajian ini adalah hubungan yang mengaitkan informasi yang satu dengan yang lain dan sebagai sarana fungsi persuasi dari cara penggunaan serta perubahan

kalimat persuasif, dan teknik persuasi yang ada pada iklan produk kebutuhan anak di televisi periode 2020.

2. Yang dimaksud dengan “kohesi gramatikal” pada kajian ini adalah mengoperasionalkan konsep fungsi persuasi dari cara penggunaan dan perubahan kalimat persuasif, bentuk kalimat, dan teknik persuasi yang ada pada hubungan antarkata yang ada di dalam teks wacana sesuai dengan tata bahasa iklan produk kebutuhan anak di televisi periode 2020.
3. Yang dimaksud dengan “Iklan produk kebutuhan anak” pada kajian ini adalah iklan yang ditayangkan pada Juli sampai Agustus 2020. Data iklan diperoleh melalui program iklan televisi seperti di GTV, Trans TV, Trans 7, RCTI, SCTV, ANTV, Indosiar, MNC TV. Konsep yang dimaksud pada iklan produk kebutuhan anak periode 2020 ini berupa produk makanan, minuman, pembersih tubuh, dan obat-obatan.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini dibagi atas beberapa bab. Bab pertama adalah pendahuluan. Pada bab ini diuraikan latar belakang yaitu penjelasan tentang apa dan mengapa latar belakang dalam penelitian ini menarik untuk diangkat dan dibahas, rumusan masalah yang ada pada penelitian ini berisi pertanyaan yang akan dibahas dalam bab selanjutnya, tujuan dan manfaat yang dapat diambil dari penelitian serta alasan apa penelitian ini dapat dilakukan dan apa hubungannya bagi pihak yang terkait. Pada bab ini juga berisi operasionalisasi konsep yang akan dibahas pada bab selanjutnya, dan sistematika penulisan dari penelitian berisi

tentang penjelasan singkat dari bab hingga subbab yang akan dijelaskan dalam penelitian.

Bab kedua terdapat landasan teori yang berguna untuk analisis data. Pada bab ini juga terdapat tinjauan pustaka yang memiliki acuan atau sumber sebagai contoh agar sebuah objek yang dikaji tidak terjadi duplikasi.

Bab ketiga terdapat metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini. Pada bab ini terdapat sumber data, bagaimana pengumpulan datanya, bagaimana data tersebut dianalisis, bagaimana penyajian data yang akan dianalisis.

Bab keempat berisi analisis data berupa pembahasan tentang kohesi leksikal dan kohesi gramatikal pada produk kebutuhan anak di televisi periode 2020. Kohesi Leksikal meliputi sinonim, antonim, hiponim, dan repetisi. Kohesi gramatikal meliputi referensi, substitusi, elipsis, dan konjungsi.

Bab kelima adalah bab penutup yang berisi dua subbab, yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi tentang hasil pembahasan yang telah dianalisis secara keseluruhan. Saran berisi tentang penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan dengan menggunakan analisis yang lain.