

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan sebagai media yang digunakan untuk memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa kepada calon konsumen dan atau pengguna produk, dengan menyiarkannya secara elektronik maupun non-elektronik menggunakan bahasa persuasif dan sederhana. Wright dalam Nirmala (2015) mengatakan bahwa iklan sebagai proses komunikasi untuk alat pemasaran dalam menjual barang atau jasa serta gagasan ide dalam sebuah saluran dengan menggunakan bahasa persuasif. Iklan sebagai salah satu media yang banyak digunakan untuk memasarkan suatu produk barang atau jasa dengan menggunakan bahasa yang persuasif kepada konsumen atau calon pembeli.

Komunikasi antara produsen dan konsumen banyak dilakukan dengan menggunakan media iklan. Komunikasi yang dilakukan melalui media iklan berisi penawaran atas produk barang atau jasa dengan menggunakan bahasa yang persuasif. Musaffak dalam Sikana dan Fadillah (2020) mengatakan bahwa iklan adalah wujud komunikasi yang persuasif dengan perantara pemasaran, pelayanan umum, atau informasi dengan tujuan tertentu. Iklan dibuat untuk media pemasaran dan menyebarkan informasi terkait produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya. Perkembangan teknologi menjadikan iklan semakin beragam bentuknya dengan bahasa yang mengikuti perkembangan masyarakat.

Bahasa dalam iklan bersifat persuasif namun juga sederhana. Sebagai bentuk dari media komunikasi dan pertukaran informasi dari individu yang satu dengan lainnya. Liliweri dalam Nirmala (2015) mengatakan bahwa komunikasi ialah proses pertukaran informasi antar individu dengan sistem lambang, tanda-tanda atau tingkah laku. Suatu komunikasi dalam ungkapan atau maksud penutur terkadang tidak dengan langsung dipahami. Penutur ataupun petutur harus bisa memahami ujaran yang disampaikan. Pertukaran informasi antar individu dalam masyarakat banyak tanda-tanda yang khas dan sudah disepakati masyarakat sosial umumnya. Pertukaran informasi ini tidak hanya dilakukan secara langsung tapi bisa dengan memanfaatkan media, seperti iklan.

Iklan kebanyakan disertai dengan gambar dan tulisan terdapat penanda berupa kohesi gramatikal terhadap petanda secara visual yang bisa menjelaskan makna atau maksud yang ingin disampaikan. Iklan salah satu media yang digunakan untuk pertukaran informasi berupa penawaran barang atau jasa dengan menggunakan bahasa yang sederhana, singkat dan jelas. Bahasa dalam iklan memiliki keragaman disamping mengenalkan produk yang dibawakan. Ilmu mengenai bahasa disebut dengan linguistik.

Ilmu bahasa yang menjadi hierarki tertinggi dan terlengkap dalam suatu teks disebut dengan wacana, pemahaman mengenai maksud ujaran ada dalam suatu konteks tertentu. Bagaimana bahasa dari penutur dilihat secara kontekstual, baik secara lisan maupun tulisan, dan kata yang digunakan saling berkaitan. Lebih lengkap dari kalimat dan merupakan satuan gramatikal tertinggi dengan satuan yang koheren juga teratur. Faocault dalam Rohana dan Syamsuddin (2015:03)

mengatakan bahwa wacana adalah rangkaian ujaran yang utuh pada suatu tindak komunikasi yang teratur dan sistematis yang mengandung gagasan, konsep, atau efek yang terbentuk pada konteks tertentu. Tidak hanya berbentuk ujaran namun juga tulisan yang mengandung maksud atau konsep dalam suatu konteks tertentu. Wacana memiliki teks dan konteks didalamnya, baik berbentuk tulis maupun lisan.

Wacana dalam kajiannya bersifat publik atau umum, seperti halnya iklan. Fairclough dalam Badara (2014:26) mengatakan bahwa wacana adalah praktik sosial yang bisa diartikan sebagai sesuatu yang umum. Wacana memiliki analisis atau unsur-unsur yang menandai suatu kalimat atau kata bisa dikatakan sebagai wacana. Wacana yang bersifat umum menyangkut dengan penggunaan dan kelengkapan unsur didalamnya. Hal tersebut karena suatu kalimat atau kata memiliki koheren atau keterpaduan antar kata atau kalimat. Sebagai satuan gramatikal tertinggi, unsur wacana ada unsur internal berupa topik atau tema. Kalimat dengan kumpulan prosa dan kata, kohesi dan koherensi. Badudu dalam Badara (2014:16) mengatakan bahwa wacana sebagai bahasa yang lengkap di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi baik disampaikan lisan atau tulis. Kata atau kalimat disebut dengan wacana jika memiliki keterpaduan sehingga dikatakan lebih lengkap dari kalimat.

Wacana memiliki unsur yang menandai didalamnya, berupa kohesi dan koherensi. Kedua unsur tersebut harus ada didalam wacana. Badara (2014:19) mengatakan bahwa wacana yang baik ialah wacana yang mengandung kohesi dan koherensi. Suatu teks atau kata bisa dikatakan sebagai wacana apabila, memiliki kohesi dan koherensi juga dalam suatu konteks tertentu. Wacana mengkaji

mengenai bentuk yang saling berkaitan dan bersatu padu, disebut dengan kohesi. Makna yang terkandung didalamnya disebut dengan koherensi. Brown dan Yule dalam Badara (2014:19) mengatakan bahwa kohesi adalah hubungan dalam suatu teks dengan penggunaan bahasa didalamnya. Unsur wacana berupa kohesi ditemukan dari hubungan dalam teks dilihat dari penggunaan bahasa yang digunakan. Koherensi disebut dengan hubungan makna dengan bagian lain dalam suatu wacana. Hubungan antara makna dan sesuatu yang ada mendasari suatu wacana. Rani dkk. dalam Badara (2014:19) mengatakan bahwa koherensi sebagai hubungan antara makna dengan bagian yang lain dalam wacana. Hubungan makna dengan sesuatu diluar dari suatu wacana disebut dengan koherensi.

Kohesi memiliki unsur didalamnya yaitu gramatikal dan leksikal. Kedua unsur ini menjadi penyusun untuk melihat hubungan teks dengan penggunaan bahasa didalam suatu wacana. Halliday dan Hasan dalam Rani dkk. (2004: 94) mengatakan bahwa kohesi terdapat dua macam unsur yaitu gramatikal dan leksikal. Leksikal dibagi menjadi reiterasi dan kolokasi sedangkan, gramatikal terdiri dari substitusi, konjungsi, ellipsis dan referensi.

Reiterasi atau repetisi adalah bentuk pengulangan kata pada kalimat selanjutnya untuk memberikan penekanan pada fokus pembicaraan, secara umum terdiri dari repetisi, sinonimi, metonimi dan hiponimi. Kolokasi adalah penggabungan kata atau frasa sehingga menjadi padanan yang teratur dan sesuai. Pengertian ellipsis atau pelesapan dalam sebuah wacana adalah penghilangan kata yang telah disebutkan sebelumnya, sebagai variasi terkadang disebut dengan ikatan kosong. Kata atau kalimat yang secara aktual tidak dinyatakan dalam sebuah kalimat

atau paragraf. Substitusi atau pergantian untuk memperoleh unsur pembeda antar kalimat satu dengan kalimat lain. Referensi atau pengacuan adalah satuan lingual yang mengacu pada satuan lingual yang lain. Suatu satuan lingual yang mendahului atau mengikutinya. Konjungsi atau penghubung adalah bentuk yang digunakan untuk menyambung, menghubungkan, merangkai kata satu dengan kata lain, frasa dengan frasa lain lalu, klausa dengan klausa lainnya.

Depdiknas (2003: 1265) mendefinisikan wacana sebagai satuan bahasa terlengkap yang direalisasikan dalam bentuk karangan atau laporan utuh, seperti novel, buku, artikel, pidato, atau khotbah. Wacana sebagai yang terlengkap dari kalimat berbentuk tulisan dan lisan, seperti pidato, kajian ilmiah, ceria pendek. Wacana digunakan untuk melihat bahasa dan penggunaan bahasa baik lisan maupun tulis. Kajian dalam melihat wacana disebut dengan analisis wacana. Wacana dipandang sebagai kajian mengenai bahasa sedangkan analisis wacana sebagai kajian untuk pemakaian bahasa (Badara, 2014:18-19). Wacana digunakan untuk melihat bahasa dan mengkajinya. Analisis wacana melihat wacana dari penggunaan dan pemakaian bahasa oleh masyarakat secara umum.

Wujud wacana sendiri berupa teks dan kemudian analisis wacana sebagai kajian tentang fungsi penggunaan bahasa. Keteraturan yang dituntut dalam analisis wacana juga dibutuhkan untuk penerimaan terhadap orang awam atau khalayak umum (Badara, 2014:18). Wacana memiliki jenisnya dilihat dari strukturnya, ada tulis dan lisan dengan wujud berupa iklan audiovisual. Bentuk dari wacana beragam, dilihat dari bentuk juga strukturnya. Bahasa dengan wujudnya berupa teks (Badara, 2014:17) menjadi media penyalur informasi, sebagai bahasa lisan ataupun

bahasa tulis. Secara verbal atau lisan sekaligus visual atau gambar salah satunya adalah iklan. Analisis wacana sebagai sebuah kajian untuk melihat penggunaan bahasa dalam sebuah iklan audiovisual yang dihadirkan dalam penanda verbal dan petanda visual.

Iklan sprite dengan suara Cak Lontong sebagai penuturnya, banyak ditemukan penanda kohesi gramatikal verbal terhadap petanda visual. Penanda kohesi gramatikal verbal terlihat pada iklan sprite: *nyatanya memang pas porsinya sekali minum*. Petanda visualnya terlihat sprite dalam ukuran kecil yang dimasukkan dalam saku sebagai representasi tentang kata ‘pas’. Lainnya, seperti pada baris iklan sprite: *Sprite memang minuman jernih dengan lemon lime*. Petanda visualnya terlihat *sprite* dengan kejernihan airnya mengandung *lemon lime* yang dimasukkan ke dalam gelasnyanya bersama dengan es batu.

Kajian analisis wacana dengan pendekatan penanda kohesi gramatikal verbal dan petanda visual dalam iklan sprite ini menarik untuk dikaji. Sebab masih sedikit penelitian iklan dengan menggunakan pendekatan analisis wacana. Penelitian iklan sprite penutur Cak Lontong ini menarik dilihat dari kohesi antara penanda verbal dan petanda visual yang melengkapi juga intonasi dari Cak Lontong menambahkan suasana dalam wacana iklan sprite menjadi lebih hidup dan menarik.

Penutur Cak Lontong dalam iklan sprite memiliki kekhasan dalam penuturannya. Penutur Cak Lontong dalam wacana iklan sprite ini memiliki ciri khas yang menonjol terdapat pada intonasi dan cara membaca narasi yang ada. Penanda verbal yang terdapat dalam narasi mendukung petanda visual yang ada.

Iklan sprite dengan penutur Cak Lontong secara ilmu linguistik ditemukan penanda kohesi gramatikal yang menarik disertai petanda visual yang mendukung sehingga hasil dari iklan sprite ini menarik untuk dikaji. Kajian analisis wacana dalam wacana iklan sprite penutur Cak Lontong tidak hanya menghadirkan penawaran atas produk sprite namun juga pesan dari iklan yang berelasi dengan kehidupan masyarakat umum terutama anak muda sebagai sasaran dari produk sprite.

Penelitian ini digunakan untuk menunjukkan makna yang dilihat dari kohesi gramatikal verbal dalam iklan sprite yang terkandung didalamnya dan korelasi antara petanda visual yang menyertainya. Hal tersebut bertujuan supaya konsumen atau pembeli juga pembaca bisa memahami dan mengetahui makna yang ingin disampaikan dalam iklan sprite dan sebagai bentuk informasi pengetahuan tambahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana untuk mendeskripsikan penanda kohesi gramatikal verbal dan petanda visual pada iklan sprite penutur Cak Lontong.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang disusun sebagai berikut

1. Bagaimanakah penanda kohesi gramatikal verbal dalam iklan sprite penutur Cak Lontong?
2. Bagaimanakah petanda visual dalam iklan sprite penutur Cak Lontong?
3. Bagaimanakah korelasi antara penanda kohesi gramatikal verbal dengan petanda visual dalam iklan sprite penutur Cak Lontong?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian yang ingin dicapai

1. Mendeskripsikan bentuk penanda kohesi gramatikal verbal pada iklan sprite penutur Cak Lontong
2. Mendeskripsikan bentuk petanda visual pada iklan sprite penutur Cak Lontong
3. Mendeskripsikan korelasi penanda verbal dan petanda visual dalam iklan sprite penutur Cak Lontong

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis untuk memperkaya ilmu pengetahuan mengenai teori analisis wacana kohesi gramatikal dalam sudut pandang iklan sprite. Mengaplikasikan teori analisis dalam menunjukkan penanda kohesi gramatikal verbal terhadap petanda visual dalam memaknai iklan sprite. Referensi untuk melihat keterhubungan antara penanda kohesi gramatikal dan petanda verbal yang ada dalam iklan sprite dengan penutur Cak Lontong ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dilihat dari perusahaan produk yang bersangkutan untuk lebih memperhatikan dari segi pembuatan iklan bagi produk terutama penanda verbal yang merujuk pada kohesi gramatikal kata dan kalimat juga petanda visual yang

merujuk pada tampilan apa yang ingin disampaikan lewat gambar dalam video iklan. Pembuatan iklan tidak hanya menampilkan tentang produk namun, juga pesan untuk konsumen disamping memperkenalkan dan menonjolkan produknya. Konsumen dan penonton iklan dapat menikmati iklan produk sprite yang tidak hanya berisi produk semata namun, bagaimana sarkasme atau sindiran dikemas baik lewat penanda verbal dan petanda visual yang berkaitan.

1.5 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep sebagai sarana untuk memfokuskan istilah dalam penelitian ini. Korelasi dalam penelitian ini sebagai berikut

1. Penanda kohesi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penanda yang terdapat pada wacana iklan yang menandai petanda visual, berupa wacana tulis dari iklan sprite.
2. Gramatikal verbal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengelompokkan kohesi gramatikal dari ujaran dalam wacana iklan berupa verbal tulis, sesuai dengan bentuknya berupa substitusi, elipsis, konjungsi, referensi.
3. Petanda visual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah petanda atau sesuatu dalam iklan audiovisual berupa gambar atau visual dari potongan adegan dalam wacana iklan sprite yang ditandai penanda verbal
4. Iklan sprite yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengelompokkan wacana iklan audiovisual sprite yang menarik dari segi tema juga terdapat penanda verbal dan petanda visual

5. Cak Lontong yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penutur dan pengisi suara narasi dari iklan sprite. Penutur Cak Lontong memiliki keunikan dan intonasi yang unik dalam menarasikan wacana iklan sprite.