

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan media yang utama dalam komunikasi manusia. Bahasa adalah alat penghubung dan alat komunikasi anggota masyarakat sebagai manusia yang berpikir, berperasaan, dan berkeinginan. Pikiran, perasaan, dan keinginan itu baru terwujud dan berarti bila dinyatakan dengan bahasa dan diketahui, ditanggapi, atau diberi reaksi oleh individu-individu lain sebagai anggota masyarakat (Badudu, 1983:3). Salah satu wahana penyampaian pikiran, perasaan, dan keinginan pribadi adalah media massa. Pikiran, perasaan, dan keinginan itu dapat berupa penyampaian suatu informasi dan dapat juga berupa penawaran suatu produk atau jasa yang tentunya menjadikan bahasa sebagai sarannya.

Reklame merupakan salah satu jenis media massa sebagai alat penyampai pikiran, perasaan, dan keinginan pribadi yang berupa informasi ataupun penawaran suatu produk dan jasa. Tujuan pertama dari wacana iklan yang termuat dalam papan reklame adalah menarik perhatian. Untuk itu, diperlukan pesan-pesan iklan yang menarik dan penting sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen (Rani, 2004:67).

Setiap penulis harus memperhatikan ketepatan diksi supaya interpretasi konsumen terhadap iklan tersebut sesuai dengan pikiran, perasaan, dan keinginan yang hendak disampaikan produsen ketika akan membuat iklan. Penulis naskah iklan

harus berhati-hati dalam memilih kata dalam bahasa tulisan. Pilihan kata merupakan satu syarat yang sangat penting dalam karang-mengarang dan dalam tutur setiap hari (Parera, 1991:66). Pilihan kata dalam karang-mengarang harus tepat. Ini berarti kita harus memilih kata atau ungkapan yang dapat mewakili pikiran. Ia akan memberi informasi sesuai dengan kehendak kita. Untuk itu perlu diperhatikan kaidah makna dan kaidah sosial pilihan kata itu (Parera, 1991:80).

Pemilihan kata dan penggunaan kata tentu saja disesuaikan dengan makna yang dikandung oleh sebuah kata (Parera, 1991:68). Penginterpretasi harus memperhatikan konteks ketika menginterpretasi makna sebuah ujaran sebab konteks itulah yang akan menentukan maknanya (Brown dan Yule, 1996:27-67). Pemilihan kata juga harus sesuai dengan situasi dan tempat penggunaan kata-kata itu. Kata yang tepat akan membantu seseorang mengungkapkan dengan tepat apa yang ingin disampaikan, baik lisan maupun tulisan (Arifin, 2004:25). Makna yang tersurat pada sebuah tuturan tidaklah selalu sama dengan makna yang tersirat dalam pertuturan itu. Makna yang tersirat itu dapat diperoleh dengan mencermati konteks yang menyertai munculnya tuturan itu (Rahardi, 2004:42). Tanpa konteks, tanpa hubungan-hubungan wacana yang bersifat antarkalimat atau suprakalimat maka kita sukar berkomunikasi dengan tepat satu sama lain (Tarigan, 1987:24).

Dari sekian banyak iklan yang terdapat pada media cetak maupun media elektronik, yang menarik perhatian penulis adalah iklan pada papan reklame. Alasan penulis memilih iklan pada papan reklame sebagai bahan kajian penelitian ini karena bahasa yang digunakan papan reklame untuk mengemas iklan sangat

menarik dengan diksi dan gaya bahasa yang bervariasi, menggunakan kalimat-kalimat yang beragam serta penyampaiannya yang khas dan efektif sehingga memungkinkan penutur (pemasang iklan) dan mitra tutur (pembaca) dapat berkomunikasi secara akrab. Iklan pada papan reklame juga memuat berbagai macam iklan dengan warna dan desain yang tidak kalah menarik bila dibandingkan dengan iklan di televisi ataupun radio. Kalimat iklan pada papan reklame sangat beraneka ragam baik diksi maupun gaya bahasa dalam penyampaiannya. Iklan satu dengan yang lain dalam menawarkan jasa maupun produknya menggunakan diksi yang menarik dan berbeda-beda.

Peneliti memilih Jalan Proklamator sebagai tempat penelitian karena Jalan Proklamator merupakan jalan utama di Kota Bandarjaya Lampung Tengah sekaligus yang menjadi pusat keramaian lalu lintas serta banyak orang yang berlalu lalang karena jalan tersebut melintasi pusat-pusat perbelanjaan dan pusat pertokoan. Kajian tentang diksi iklan pada papan reklame sebelumnya pernah diteliti oleh Situmorang (2008) dengan judul "Diksi Pada Iklan Papan Reklame Di Kota Bandarlampung dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Di Sekolah Menengah Atas (SMA)" yang menjadi salah satu bahan rujukan peneliti untuk mengadakan penelitian lanjutan berkaitan dengan diksi iklan yang terdapat pada iklan papan reklame di Jalan Proklamator Bandarjaya Lampung Tengah. Perbedaan antara penelitian Situmorang dengan penelitian ini yaitu terdapat pada tempat penelitian dan implikasi pembelajarannya. Tempat dalam penelitian ini dilakukan di Kota Bandarjaya Lampung Tengah sedangkan penelitian situmorang dilakukan di Bandarlampung. Implikasi pembelajaran

dalam penelitian ini diimplikasikan ke dalam pembelajaran di SMP sedangkan penelitian situmorang diimplikasikan ke dalam pembelajaran di SMA.

Secara sadar atau tidak, bahasa iklan pada papan reklame memiliki kemungkinan besar mampu memengaruhi perkembangan bahasa sekaligus dapat juga dipakai menjadi sarana pembinaan bahasa Indonesia. Guru dapat mengarahkan siswa akan betapa pentingnya pemahaman mengenai diksi atau pilihan kata dengan menjadikan papan reklame sebagai media pembelajaran luar ruang. Guru juga dapat mengarahkan siswa untuk mempelajari diksi dengan menjadikan papan reklame sebagai medianya. Menyadari pentingnya, mempelajari persoalan diksi, maka penulis mengadakan penelitian berupa analisis diksi iklan pada papan reklame di Jalan Proklamator Bandarjaya Lampung Tengah dan implikasinya dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut: "Bagaimanakah diksi iklan pada papan reklame di Jalan Proklamator Bandarjaya Lampung Tengah 2010 dan implikasinya dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP?"

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan diksi iklan pada papan reklame di Jalan Proklamator Bandarjaya Lampung Tengah dengan menentukan jenis makna dan mengidentifikasi iklan berdasarkan unsur-unsur konteks serta implikasinya dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis dan secara praktis.

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis, yakni dapat menambah referensi penelitian pada bidang kebahasaan, khususnya tentang diksi sehingga penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi para peneliti selanjutnya dalam pengembangan kajian tentang diksi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis, yakni

1. memberikan bahan masukan bagi guru mata pelajaran Bahasa Indonesia, khususnya di SMP, agar mengarahkan siswa pada pentingnya pemahaman tentang diksi.
2. memberikan sumbangan pemikiran kepada guru mata pelajaran Bahasa Indonesia, khususnya di tingkat SMP, untuk menjadikan diksi iklan pada papan reklame sebagai salah satu media luar ruang dalam pembelajaran Bahasa Indonesia berkaitan materi tentang diksi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Subjek penelitian ini adalah sepuluh iklan pada papan reklame yang dipilih dari Jalan Proklamator Bandarjaya Lampung Tengah.
2. Objek penelitian ini ialah diksi iklan pada sepuluh papan reklame yang dipilih dari Jalan Proklamator Bandarjaya Lampung Tengah.

3. Lokasi penelitian ini ialah di Jalan Proklamator Bandarjaya Lampung Tengah.
4. Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Juni sampai dengan Juli 2010.