

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial, yang tidak bisa hidup sendiri tanpa kehadiran orang lain. Untuk menjalin hubungan dan kerja sama dengan orang lain, manusia memerlukan bahasa sebagai alat komunikasi. Dengan bahasa manusia dapat mengungkapkan ide, gagasan, isi pikiran, perasaan dan sebagainya. Adapun fungsi utama dari bahasa itu sendiri adalah sebagai alat komunikasi atau alat interaksi yang hanya dimiliki manusia. Selain bahasa yang diperlukan manusia, setiap manusia juga tidak pernah lepas dari berbagai macam kebutuhan. Pada masa sekarang, kebutuhan makanan dan pakaian yang sederhana saja tidak cukup. Kebutuhan telah bergeser ke barang yang lain. Kebutuhan manusia adalah setiap keinginan manusia atas barang atau jasa yang dapat memberikan kepuasan jasmani dan rohani demi kelangsungan hidupnya. Perkembangan kebutuhan ini telah membuat semakin beragam jenis kebutuhan manusia, dan juga sudah beragam pula cara menawarkan barang atau jasa untuk kebutuhan tersebut antara lain adalah melalui iklan. Tidak hanya melalui media elektronik, tetapi sekarang ini iklan sudah merambah ke berbagai media. Salah satunya media cetak, dalam hal ini iklan tersebut berupa wacana.

Berdasarkan penyampaiannya, wacana dapat dipilah menjadi dua yaitu wacana lisan dan wacana tulis. Salah satu contoh wacana tulis yaitu iklan dalam tabloid, misalnya iklan barang kebutuhan rumah tangga pada Tabloid wanita.

Manusia atau masyarakat dapat menemukan berbagai jenis iklan di tabloid. Namun, masyarakat lebih tertarik kepada iklan di televisi daripada iklan di tabloid.

Hal ini disebabkan, iklan di televisi lebih menarik dikarenakan terdapat gambar hidup serta penuh warna (*full colour*), dibandingkan dengan iklan di tabloid yang dapat dikatakan kurang menarik karena terkesan membosankan. Akan tetapi peneliti ingin membuktikan kalau iklan pada tabloid tidak kalah menarik dibandingkan iklan di televisi karena iklan di tabloid struktur wacananya lebih lengkap dan juga bisa lebih sering dibaca serta mampu diingat. Iklan di televisi kadang-kadang durasi waktunya terlalu cepat sehingga kadang kala kita tertinggal informasi yang diiklankan tersebut. Iklan di tabloid lebih menarik dan lengkap antara lain karena teknik-teknik persuasif yang digunakan. Misalnya, teknik rasionalisasi yang terdapat pada iklan Bimoli terdapat dalam kalimat “... *Sempurna Itu Matang Luar Dalam* ...” wacana (A.2.a). Produsen melalui wacana tersebut ingin menunjukkan kepada pembaca bahwa dalam hal memasak yang sempurna adalah masakan itu matang luar dan dalam. Bimoli mampu mematangkan masakan secara sempurna dibandingkan dengan minyak goreng lain yang hanya mematangkan masakan di bagian luar saja. Teknik identifikasi Wacana (A.2.b) pada kalimat “... **Bimoli dengan panas yang stabil. Mematangkan bagian dalam dan luar makanan secara merata**”. Produsen dalam iklan ingin memberitahukan pada pembaca bahwa minyak goreng Bimoli dengan penggunaan panas yang stabil dapat mematangkan masakan secara merata dan sempurna luar dan dalam tidak seperti minyak goreng biasa yang hanya bisa mematangkan bagian luar saja. Hal itu didukung dengan adanya gambar ayam goreng yang sudah matang, diperlihatkan isi di dalamnya, yang matang sempurna luar dan dalam. Adapun bentuk tindak tutur Tindak tutur berupa **lokusinya**: berupa pernyataan, menyatakan bahwa Bimoli minyak goreng yang dapat mematangkan makanan bagian luar dan dalam,

ilokusi: secara tidak langsung mengajak pembaca untuk percaya terhadap iklan Bimoli dan mengajak untuk menggunakan atau membeli minyak goreng Bimoli, **perlokusi:** dengan adanya iklan tersebut pembaca makin tahu tentang kelebihan-kelebihan minyak goreng Bimoli, sehingga diharapkan pembaca atau konsumen akan menggunakan atau membeli minyak goreng Bimoli.

Wacana iklan barang kebutuhan rumah tangga pada tabloid wanita menarik untuk dijadikan objek penelitian karena memiliki karakteristik khusus, yaitu wacana iklan barang kebutuhan rumah tangga sudah memenuhi teknik-teknik persuasif yaitu teknik rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, dan penggantian. Alasan utama peneliti memilih tabloid wanita karena dalam tabloid wanita berisi iklan yang kebanyakan mengiklankan barang kebutuhan rumah tangga. Agar iklannya mudah diterima oleh masyarakat, produsen harus menginformasikan secara jelas tentang produk baru yang ditawarkan dengan cara menonjolkan barang tersebut. Untuk itu peneliti ingin menjelaskan lebih rinci teknik-teknik persuasif yang ada pada iklan barang kebutuhan rumah tangga pada tabloid wanita.

Salah satu Kompetensi Dasar aspek membaca mata pelajaran bahasa Indonesia di SMP kelas IX berbunyi *3.1. Membedakan antara fakta dan opini dalam teks iklan di surat kabar dan mendata fakta yang ada.* Berkenaan dengan Kompetensi Dasar tersebut, data penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan ajar pada saat pembelajaran keterampilan membaca untuk kompetensi membedakan antara fakta dan opini dalam teks iklan. Iklan tersebut dianalisis dengan teknik-teknik persuasif terlebih dahulu, untuk memperkuat atau lebih mempermudah siswa dalam membedakan fakta dan opini. Peneliti memilih Tabloid agar mempermudah pemahaman siswa pada saat

pembelajaran keterampilan membaca intensif karena siswa langsung melihat iklan atau wacana yang ada pada Tabloid. penggunaan Tabloid juga lebih efektif serta menghemat waktu dibandingkan penggunaan iklan di televisi. Selain itu, dibandingkan dengan surat kabar, iklan yang tertera pada Tabloid lebih banyak dan beragam sehingga pengetahuan siswa lebih banyak. Oleh karena itu, penulis menyusun penelitian ini dengan harapan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan ajar dalam pembelajaran keterampilan membaca intensif di kelas IX SMP (Sekolah Menengah Pertama) semester 1.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk teknik-teknik persuasif (rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian, dan proyeksi) yang terdapat pada wacana persuasif dalam iklan barang kebutuhan rumah tangga pada tabloid wanita?
2. Bagaimana bentuk tindak tutur (lokusi, ilokusi, dan perlokusi) yang terdapat pada wacana persuasif dalam iklan barang kebutuhan rumah tangga pada tabloid wanita?
3. Bagaimana saran implikasi hasil penelitian ini dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan ketentuan masalah yang telah dikemukakan, dapat dijelaskan mengenai tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. mendeskripsikan teknik-teknik persuasif (rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian, dan proyeksi) yang terdapat pada wacana persuasif dalam iklan barang kebutuhan rumah tangga pada tabloid wanita.
2. mendeskripsikan bentuk tindak tutur (lokusi, ilokusi, perlokusi) yang terdapat pada wacana persuasif dalam iklan barang kebutuhan rumah tangga pada tabloid wanita.
3. memberikan saran implikasi hasil penelitian ini dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan sumbangan bagi bidang linguistik khususnya wacana, yaitu tentang wacana persuasif agar diketahui teknik-teknik wacana persuasif sebagai panduan menulis iklan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Guru

Dapat dijadikan sebagai bahan ajar pada pembelajaran Bahasa Indonesia di kelas IX SMP semester 1 untuk Standar Kompetensi 3. *Memahami ragam wacana tulis dengan membaca intensif dan membaca memindai kegiatan membaca inintensif*, dengan Kompetensi Dasar 3.1. *Membedakan antara fakta dan opini dalam teks iklan di surat kabar dan mendata fakta yang ada.*

b. Bagi Siswa

Dapat dijadikan referensi atau sumber belajar pada pembelajaran keterampilan menulis iklan dan sebagai alternatif lain agar siswa tidak jenuh dengan materi yang ada.

c. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan meningkatkan pengetahuan pembaca tentang teknik-teknik wacana persuasif serta pengetahuan tentang fakta dan opini dalam teks iklan terutama dalam iklan kebutuhan rumah tangga pada tabloid wanita.

