

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### A. Penelitian yang Relevan

1. **Penelitian dengan judul *Kajian Hipernim dan Hiponim pada Rubrik “Spirit” Surat Kabar Suara Merdeka dan Saran Implementasinya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA kelas XII Semester 2* oleh Yogi Okta Pradana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

Penelitian ini mengenai hipernim dan hiponim pada rubrik “Spirit” surat kabar *Suara Merdeka* serta saran implementasi pada pembelajaran di SMA kelas XII semester 2. Penelitian tersebut dilakukan oleh Yogi Okta Pradana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu, sama-sama membahas tentang hiponim. Adapun perbedaan penelitian terdapat pada kajian hipernim dan hiponim, sedangkan penelitian yang peneliti tidak memuat unsur hipernim melainkan unsur kolokasi. Dalam penelitian karya Yogi Okta Pradana menerapkan saran implementasi pada pembelajaran Bahasa Indonesia SMA kelas XII semester 2, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan menerapkan implikasi pembelajaran Bahasa Indonesia SMA kelas X semester 1. Rubrik penelitian yang peneliti lakukan juga berbeda, karena peneliti menggunakan rubrik iklan “Otomotif”, sedangkan penelitian yang dilakukan Yogi Okta Pradana menggunakan rubrik “Spirit”

2. **Penelitian dengan judul *Hiponim dan Hipernim Kosakata Peristiwa pada Tabloid Nova* oleh Daryoto mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.**

Penelitian ini mengenai hiponim dan hipernim kosakata peristiwa pada tabloid *Nova*. Penelitian tersebut dilakukan oleh Daryoto mahasiswa Universitas

Muhammadiyah Purwokerto. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu, sama-sama membahas tentang hiponim. Adapun perbedaan penelitian terdapat pada kajian hiponim dan hipernim, sedangkan penelitian yang peneliti tidak memuat unsur hipernim melainkan unsur kolokasi. Dalam penelitian karya Daryoto tidak menerapkan implikasi, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan menerapkan implikasi pada pembelajaran Bahasa Indonesia SMA. Sumber data pada penelitian Daryoto menggunakan tabloid *Nova*, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan menggunakan rubrik iklan “Otomotif” surat kabar *Suara Merdeka*.

## **B. Wacana**

### **1. Pengertian Wacana**

Menurut Cook dalam Badara (2013:16) wacana adalah suatu penggunaan bahasa dalam komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan. Menurut Mulyana (2005:1), wacana merupakan unsur kebahasaan yang relatif paling kompleks dan paling lengkap karena mempunyai satuan pendukung kebahasaan yang meliputi fonem, morfem, kata, frasa, klausa, kalimat, paragraf, hingga karangan utuh. Menurut Lubis (2010:23) kesatuan bahasa yang lengkap sebenarnya bukanlah kata atau kalimat, melainkan wacana atau *discourse*. Penyelidikan dan diskripsi sintaksis tidak boleh dibatasi pada satuan kalimat saja, tetapi harus dilanjutkan ke kesatuan yang lebih besar. Menurut Sobur (2009:9), istilah *wacana* digunakan sebagai bentuk terjemahan dari istilah bahasa Inggris “*discourse*”. Kata *discourse* berasal dari bahasa Latin *discursus* yang berarti lari ke sana kemari dan lari bolak-balik. Kata ini diturunkan dari *dis* (dari/ dalam arah yang berbeda) dan *curree* (lari). Jadi *discursus*

berarti lari dari arah yang berbeda. Perkembangan asal-usul itu dapat digambarkan dengan :

*dis + currere* → *discursus* → *discourse (wacana)*

Webster dalam Mulyana(2005:4) memperluas makna *discourse* menjadi tiga yaitu :

- a. komunikasi kata-kata,
- b. ekspresi gagasan-gagasan,
- c. risalah tulis, ceramah, dan sebagainya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *discourse* (wacana) merupakan unsur bahasa yang relatif paling kompleks dan paling lengkap. Wacana mempunyai satuan pendukung berupa fonem, morfem, kata, frasa, klausa, kalimat paragraf, hingga karangan utuh. Wacana juga berkaitan dengan komunikasi kata-kata, ekspresi gagasan-gagasan, risalah tulis, dan ceramah. Kesatuan bahasa yang lengkap bukanlah kata atau kalimat, melainkan wacana. Ilmu tentang wacana digunakan oleh peneliti, karena pada data penelitian yang peneliti analisis terdapat penggunaan aspek-aspek keutuhan wacana yaitu kohesi leksikal yang terdapat pada iklan “Otomotif” Surat Kabar *Suara Merdeka*.

## **2. Aspek-Aspek Keutuhan Wacana**

Menurut Mulyana (2005:25) aspek-aspek keutuhan wacana yaitu kohesi, koherensi, topik wacana, aspek leksikal, aspek gramatikal, aspek fonologis, dan aspek semantis. Khusus pada aspek kohesi dan koherensi dapat dikatakan bahwa unsur kohesi meliputi aspek-aspek leksikal, gramatikal, fonologis, sedangkan unsur koherensi mencakup aspek semantik dan aspek topikalisisasi. Kohesi dalam wacana

diartikan sebagai kepaduan bentuk yang secara struktural membentuk ikatan sintaktikal. Menurut Tugiati (2004:43) kohesi adalah keserasian hubungan antar unsur (bentuk) dalam suatu wacana sehingga wacana (karangan) akan padu, runtut, dan mudah diahami atau dapat dikatakan kohesi adalah keterkaitan dalam unsur sintaksis. Moeliono dalam Mulyana, (2005:26) menyatakan bahwa wacana yang baik dan utuh mensyaratkan kalimat-kalimat yang kohesif.

Kohesi wacana terbagi ke dalam dua aspek, yaitu kohesi gramatikal dan kohesi leksikal. Kohesi gramatikal antara lain referensi, substitusi, elipsis, konjungsi, sedangkan yang termasuk kohesi leksikal adalah sinonim, repitisi, kolokasi. Mulyana (2005:29) menyatakan kohesi leksikal atau perpaduan leksikal adalah hubungan leksikal antara bagian-bagian wacana untuk mendapatkan keserasian struktur secara kohesif. Unsur kohesi leksikal terdiri dari: sinonim (persamaan), antonim (lawan kata), hiponim (hubungan bagian atau isi), repitisi (pengulangan), kolokasi (sanding kata), dan ekvivalensi. Tujuan digunakannya aspek-aspek leksikal itu diantaranya untuk mendapatkan efek intesitas makna bahasa, kejelasan informasi, dan keindahan bahasa lainnya.

## **C. Semantik**

### **1. Pengertian Semantik**

Semantik adalah cabang linguistik yang meneliti arti atau makna Verhaar (2001:385). Menurut Aminudin (2011:15) semantik merupakan studi tentang makna dengan anggapan bahwa makna menjadi bagian dari bahasa, maka semantik merupakan bagian dari linguistik. Sedangkan menurut Pateda (2010:25) semantik

merupakan studi ilmiah tentang makna yaitu makna unsur bahasa, baik dalam wujud morfem, kata, atau kalimat. Semantik merupakan kajian ilmu yang mempelajari tentang makna dalam bahasa. Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa semantik merupakan ilmu bahasa yang mengkaji tentang makna yaitu makna unsur bahasa baik dalam wujud morfem, kata, atau kalimat.

## 2. Pengertian Makna Kolokasi

Salah satu jenis makna yang dibahas dalam semantik adalah makna kolokasi. Makna kolokasi adalah makna yang berhubungan dengan penggunaan beberapa kata di dalam lingkungan yang sama Leech dalam Pateda (2010:110). Kata-kata seperti *garam, gula, ikan, sayur, terong, tomat*, kata-kata ini berhubungan dengan lingkungan dapur. Sementara, kata-kata seperti *gergaji, gurdi, ketam, pahat, prang, tukul*, berhubungan dengan lingkungan tukang kayu. Kalau seseorang menyebut kata-kata *daftar gaji, kertas, lem, tinta stensil*, maka bayangan kita adalah kantor atau sekolah. Selain itu, ada juga yang sama maknanya tetapi tidak cocok untuk lingkungan tertentu. Misalnya, dalam bahasa Indonesia terdapat kata *berpulang ke Rahmatullah, kembali ke alam baka, mampus, mati, meninggal, tewas, wafat* yang pemakaiannya tidak cocok untuk semua manusia. Palmer dalam Mansoer(2010:110) menyebutkan ada tiga keterbatasan kata jika dihubungkan dengan makna kolokasi yaitu :

- a. Makna dibatasi oleh unsur yang membentuk kata atau urutan kata, misalnya urutan kata *sapi belang* yang pembatasnya adalah kata *belang*, sebab yang namanya *sapi* di dunia ini banyak, tetapi yang dimaksud hanya *sapibelang* dan

kalau seseorang berkata “sapi belang itu,” maka yang dimaksud lebih terbatas lagi.

- b. Makna kolokasi dibatasi oleh tingkat kecocokan kata, misalnya kata *cantik* hanya dapat digunakan untuk *gadis*, dan tidak digunakan untuk pemuda serta kata *wafat* dahulu hanya digunakan untuk pejabat, kini digunakan pula untuk orang yang dihormati sedangkan kata *wafat* tidak cocok digunakan untuk pencuri.
- c. Makna kolokasi dibatasi oleh ketepatan, misalnya *sudut siku-siku* pasti 90 derajat.

Menurut Aminuddin (2011:110) makna kolokasi adalah asosiasi hubungan makna kata yang satu dengan yang lain yang masing-masingnya memiliki hubungan ciri yang relatif tetap. Kata *pandangan* berhubungan dengan *mata*, *bibir*, dengan *senyum*, serta kata *menyalak* memiliki hubungan dengan *anjing*. Pada dasarnya mengabstraskan ciri hubungan makna kata yang satu dengan lainnya, pada dasarnya juga tidak sederhana. Kata *anjing*, misalnya memiliki hubungan dengan kata *binatang*, *bentuk*, *umpatan*, *menggigit*, dan sebagainya. Begitu pula kata *bibir*, dalam perluasannya tidak hanya mengacu pada organ fisis manusia, tetapi juga mengacu pada *tepi jurang*, *rayuan*, *pembicaraan* maupun *mulut botol* sehingga asosiasi hubungan kesejajaran ciri maknanya dengan makna dalam kata yang lain menjadi rumit.

Menurut Chaer (2013:112) kolokasi berasal dari bahasa Latin *colloco* yang memiliki arti ada di tempat yang sama dengan menunjuk kepada hubungan sintagmatik yang terjadi antara kata-kata atau unsur-unsur leksikal. Misalnya, pada kalimat *Tiang layar perahu nelayan itu patah dihantam badai, lalu perahu itu*

*digulung ombak, dan tenggelam beserta isinya*, terdapat kata-kata *layar, perahu, nelayan, badai, ombak, dan tenggelam* yang merupakan kata-kata dalam satu kolokasi satu tempat atau lingkungan. Jadi, kata-kata yang berkolokasi ditemukan bersama atau berada bersama dalam satu tempat atau satu lingkungan. Kata-kata *layar, perahu, badai, ombak, dan tenggelam* merupakan berada dalam satu lingkungan, yaitu dalam pembicaraan mengenai laut. Contoh lain, kata-kata *lahar, lereng, puncak, curam, dan lembah* berada dalam lingkungan mengenai pegunungan. Kata-kata *garam, gula, kunyit, lada, daging, sayur, dan bumbu* berkolokasi dalam pembicaraan tentang dapur. Dari pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kolokasi merupakan penggunaan beberapa kata dalam lingkungan yang sama serta memiliki arti pada tempat yang sama dengan menunjuk hubungan secara sintagmatik antar kata dan unsur leksikal.

#### **D. Hiponim**

Menurut Verhaar (2001:396) hiponim merupakan hubungan antara yang lebih kecil (secara ekstensional) dan yang lebih besar (secara ekstensional juga). Ungkapan biasanya berupa kata, tetapi kiranya dapat juga frase atau kalimat yang maknanya dianggap merupakan bagian dari makna suatu ungkapan lain. Dapat dijadikan contoh misalnya kata *tongkol* adalah hiponim terhadap *ikan* sebab makna *tongkol* berada atau termasuk dalam makna kata *ikan*. *Tongkol* memang ikan tetapi ikan bukan hanya *tongkol* melainkan juga termasuk *bandeng, tenggiri, hiu, paus, teri* dan sebagainya. Kalau diskemakan menjadi :



Relasi antara dua buah kata yang besinonim, berantonim, dan berhomonim bersifat dua arah maka relasi antara dua buah kata yang berhiponim ini adalah searah. Jadi, kata *tongkol* berhiponim terhadap kata *ikan*, tetapi kata *ikan* tidak berhiponim terhadap kata *tongkol*, sebab makna ikan meliputi seluruh jenis ikan. Dalam hal ini relasi antara *ikan* dengan *tongkol* (atau jenis ikan lainnya) disebut hipernimi. Kesimpulannya, kalau *tongkol* berhiponim terhadap *ikan*, maka *ikan* berhipernim terhadap *tongkol*.

Chaer (2013:100) menjelaskan bahwa konsep hiponim dan hipernim mengandaikan adanya kelas bawahan dan kelas atasan, adanya makna sebuah kata yang berada di bawah makna kata lainnya. Karena itu, ada kemungkinan sebuah kata yang merupakan hipernimi terhadap sejumlah kata lain, akan menjadi hiponim terhadap kata lain yang hierarkial berada di atasnya. Umpamanya kata *ikan* yang merupakan hipernimi terhadap kata *tongkol*, *bandeng*, *tenggiri*, *hiu*, *paus*, dan *teri* akan menjadi hiponimi terhadap kata *binatang* karena yang termasuk binatang bukan hanya *ikan*, tetapi juga *kucing*, *monyet*, *singa*, dan sebagainya. Menurut Depdiknas (2012:99) hiponim adalah bentuk yang maknanya terangkum dalam hipernim, atau subordinatnya, atau superordinatnya, yang mempunyai makna yang lebih luas. Kata *mawar*, *melati*, *cempaka*, misalny, masing-masing disebut *hiponim* terhadap *bunga* yang menjadi hipernim atau superordinatnya. Di dalam terjemahan, hipernim atau superordinat pada umumnya tidak disalin dengan salah satu hiponimnya, kecuali jika dalam bahasa Indonesia tidak terdapat istilah superordinatnya.

Menurut Djajasudarma (2008:48) hiponim yaitu hubungan makna yang mengandung pengertian hierarki. Hubungan hiponim dekat dengan sinonim, karena sebuah kata yang memiliki semua komponen makna kata lainnya, tetapi tidak

sebaliknya maka perhubungan itu disebut hiponim. Kata *warna* meliputi semua warna, dapat dikatakan sebagai superordinat dari *hijau, merah, kuning, dan biru*. Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa hiponim merupakan ungkapan yang maknanya dianggap bagian dari makna suatu ungkapan lain yang relasinya bersifat searah, serta kata yang berada di bawah makna kata lain. Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan hiponim merupakan hubungan makna yang bersifat atas bawah dan terdapat sebuah kata yang berada di bawah makna kata lainnya.

#### **E. Iklan**

Menurut Klepper dalam Mulyana (2005:63) iklan disejajarkan dengan konsep *advertising*. Kata *advertising* sendiri berasal dari bahasa Latin *ad-vere* yang berarti menyampaikan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Sementara Wahyudi dalam Mulyana(2005:63) menyatakan bahwa *advertising* adalah setiap penyampaian informasi tentang barang atau jasa dengan menggunakan media non-personal yang dibayar. Menurut Mulyana (2005:64) iklan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yang pertama iklan perniagaan dan iklan pemberitahuan. Sementara menurut Kasali dalam Mulyana(2005:64) iklan dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu : iklan baris, iklan *display*, dan iklan suplemen. Iklan baris berisi pesan-pesan komersial yang berhubungan dengan kebutuhan pihak pengiklan, misalnya lowongan pekerjaan, kehilangan, jual-beli kendaraan bermotor, dan sebagainya. Iklan *display* lebih bervariasi, dan biasanya memiliki jangkauan yang lebih luas. Iklan suplemen menyajikan informasi persuasif yang dikemas secara lebih formal. Berdasarkan

pembagian iklan di atas dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan penyampaian pikiran, informasi, dan gagasan tentang barang atau jasa kepada pihak lain.

#### **F. Implikasi Kolokasi dan Hiponim dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA**

Menurut Arifin (2013:1) kurikulum merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan pendidikan, sekaligus merupakan pedoman dalam pelaksanaan pembelajaran pada semua jenis dan jenjang pendidikan. Pada dasarnya kurikulum bersifat dinamis, artinya kurikulum dapat diubah sesuai dengan perkembangan zaman baik dari ilmu pengetahuan, kecerdasan peserta didik, kultur, sistem nilai, serta kebutuhan masyarakat. Kurikulum pada hakikatnya ilmu tentang proses mencerdaskan anak bangsa, serta untuk mencapai tujuan pendidikan. Implikasi kurikulum tentunya tidak hanya terdiri dari atas sejumlah mata pelajaran, kegiatan dan pengalaman belajar di dalam sekolah, tetapi meliputi semua kegiatan belajar mengajar yang terjadi di luar sekolah atas tanggung jawab sekolah..Kegiatan belajar di sekolah meliputi menyimak, bertanya, diskusi, melakukan demonstrasi, belajar di perpustakaan, melakukan eksperimen di laboratorium, olahraga, kesenian, dan lain-lain. Implikasi pembelajaran Bahasa Indonesia tentunya dilakukan pembelajaran di dalam sekolah, karena berhubungan dengan kegiatan menyimak, menulis, bertanya, diskusi untuk mencapai tujuan pembelajaran. Kegiatan menyimak, menulis, bertanya dan diskusi pada pembelajaran Bahasa Indonesia diimplikasikan melalui media iklan “Otomotif” yang kemudian dikembangkan menjadi paragraf eksposisi sesuai dengan KI dan KD pada Kurikulum 2013. Hamalik (2008:3) menyebutkan bahwa kurikulum

dapat dipandang dari dua sisi yang berbeda, yaitu menurut pandangan lama dan pandangan baru.

### **1. Pandangan Lama (Tradisional)**

Pandangan lama, atau sering disebut pandangan tradisional, merumuskan bahwa kurikulum adalah sejumlah mata pelajaran yang harus ditempuh murid untuk memperoleh ijazah. Menurut Hamalik (2008: 3) pengertian tersebut mempunyai implikasi sebagai berikut:

- a. Kurikulum terdiri dari sejumlah mata pelajaran. Mata pelajaran sendiri pada hakikatnya adalah pengalaman nenek moyang di masa lampau. Berbagai pengalaman tersebut dipilih, dianalisis, serta disusun secara sistematis dan logis, sehingga muncul mata pelajaran seperti sejarah, ilmu bumi, ilmu hayat, dan sebagainya.
- b. Mata pelajaran adalah sejumlah informasi atau pengetahuan, sehingga penyampaian mata pelajaran pada siswa akan membentuk mereka menjadi manusia yang mempunyai kecerdasan berpikir.
- c. Mata pelajaran menggambarkan kebudayaan masa lampau memperoleh ijazah.
- d. Adanya aspek keharusan bagi setiap siswa untuk mempelajari mata pelajaran yang sama.
- e. Sistem penyampaian yang digunakan oleh guru adalah sistem penguangan (imposisi).
- f. Tujuan mempelajari mata pelajaran adalah untuk memperoleh ijazah.

## 2. Pandangan Baru (Modern)

Dalam Pandangan baru (modern) menurut Romine dalam Hamalik, (2008:4) kurikulum diartikan semua program yang diselenggarakan, kegiatan, dan pengalaman yang siswa miliki di bawah arahan sekolah, baik di kelas atau tidak. Dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. Tafsiran tentang kurikulum bersifat luas karena kurikulum bukan hanya terdiri atas mata pelajaran, tetapi meliputi semua kegiatan dan pengalaman yang menjadi tanggung jawab sekolah.
- b. Adanya kegiatan di luar kelas (ekstrakurikuler) sudah tercakup dalam pengertian kurikulum. Oleh karena itu, tidak ada pemisahan antara intra dan ekstra kurikulum.
- c. Pelaksanaan kurikulum tidak hanya dibatasi pada keempat dinding kelas saja, melainkan dilaksanakan baik di dalam maupun di luar kelas, sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.
- d. Sistem penyampaian yang dipergunakan oleh guru disesuaikan dengan kegiatan atau pengalaman yang akan disampaikan. Oleh karena itu, guru harus mengadakan berbagai kegiatan belajar-mengajar yang bervariasi sesuai dengan kondisi siswa.
- e. Tujuan pendidikan bukanlah untuk menyampaikan mata pelajaran atau bidang pengetahuan yang tersusun, melainkan pembentukan anak dan belajar cara hidup di dalam masyarakat.

Pembelajaran di sekolah saat ini tentunya sudah menggunakan pembelajaran yang baru (modern) yaitu kurikulum 2013 yang baru diterapkan oleh pemerintah untuk menggantikan kurikulum tingkat satuan pendidikan. Jika dilihat dari Kurikulum 2013 di SMA, kurikulum yang ada tentunya bertujuan untuk melatih sekolah lebih mandiri dan kreatif dalam mengembangkan pembelajaran yang akan di implikasikan

ke dalam proses kegiatan belajar mengajar. Selain itu pembelajaran di SMA juga harus mengutamakan siswa untuk aktif dan berpikir kritis terhadap sesuatu yang ada dalam lingkungan pendidikan pada khususnya dan masyarakat (sosial) pada umumnya. Menurut Herbart dalam Hamalik (2008: 25) pembelajaran merupakan suatu proses penyampaian pengetahuan, yang dilaksanakan dengan menggunakan metode *imposisi*, dengan cara menuangkan pengetahuan kepada siswa.

Penggunaan pembelajaran tentunya membuat sebuah rancangan yang akan digunakan pada kegiatan pembelajaran seperti silabus, satuan pembelajaran, atau rencana pembelajaran. Pengembangan silabus dalam kurikulum 2013 dilaksanakan oleh tim pengembang kurikulum, baik ditingkat pusat maupun wilayah. Program pembelajaran kurikulum 2013 pada tingkatan sekolah hanya menyusun dan mengembangkan rencana pembelajaran. Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA harus sesuai dengan silabus yang sudah disusun, hanya penyampaian pembelajaran yang diubah yaitu data maupun materi yang sesuai pada tiap-tiap karakteristik tiap kelas. Pembelajaran Bahasa Indonesia dibagi mejadi dua yaitu keterampilan berbahasa dan pengetahuan tentang bahasa.

Berkaitan dengan pembelajaran Bahasa Indonesia yang harus menguasai keterampilan berbahasa dan pengetahuan tentang bahasa, tentunya dapat diterapkan melalui media surat kabar sebagai media informasi yang kaitannya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA yaitu pada silabus SMA kelas X semester 1, dengan Kompetensi Inti : 1. *Menghargai dan menghayati ajaran agama yang dianutnya*, 2. *Menghargai dan menghayati perilaku jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli ( toleransi, gotong royong ), santun, percaya diri, dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan jangkauan pergaulan dan keberadaannya*, 3.

*Memahami pengetahuan (faktual, konseptual, dan prosedural) berdasarkan rasa ingin tahunya, tentang ilmu pengetahuan, teknologi seni, budaya terkait fenomena dan kejadian tampak mata, 4. Mencoba, mengolah, dan menyaji dalam ranah konkret ( menggunakan, mengurai, memodifikasi, dan membuat) dan ranah abstrak (menulis, membaca, menghitung, menggambar, dan mengarang) sesuai dengan yang dipelajari di sekolah dan sumber lain yang sama dalam sudut pandang atau teori. Kompetensi Dasar : 1.1 Mensyukuri anugerah Tuhan akan keberadaan bahasa Indonesia dan menggunakannya sebagai sarana komunikasi dalam mengolah, menalar, dan menyajikan informasi lisan dan tulis melalui eksposisi, 1.2 Memproduksi eksposisi baik melalui lisan maupun tulisan*

Dalam pembelajaran menulis paragraf sesuai dengan gagasan dan sistematis paragraf eksposisi, tentunya siswa dituntut untuk mengembangkan paragraf yang objeknya berasal dari berbagai sumber, antara lain iklan penjualan mobil pada surat kabar. Dalam hal ini iklan “Otomotif” tidak hanya bermanfaat untuk mengembangkan paragraf, tetapi juga dapat menambah pengetahuan siswa tentang penggunaan bahasa dalam surat kabar serta dapat menambah pengetahuan tentang kolokasi dan hiponim karena secara tidak langsung di dalam iklan penjualan terdapat makna kolokasi dan hiponim. Iklan “Otomotif” yang digunakan sebagai media pembelajaran mempunyai peran yang sangat penting, karena di dalam iklan tersebut siswa dapat mengambil cara penulisan dalam iklan. Kata yang terdapat di dalam iklan banyak terdapat singkatan-singkatan yang mungkin belum bisa dipahami siswa, oleh karena itu selain digunakan sebagai media pembelajaran guru diharuskan untuk menjelaskan singkatan-singkatan yang terdapat pada iklan “Otomotif”.

### **3. Iklan “Otomotif”**

Iklan merupakan pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang/jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau ditempat umum KBBI (2007:421). Iklan dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu pada masyarakat baik melalui media elektronik maupun non elektronik. Media elektronik berupa televisi, internet dan radio, sedangkan media non elektronik bisa mencakup majalah, surat kabar, maupun media massa lainnya. Otomotif merupakan hubungan dengan sesuatu yang berputar dengan sendirinya (sepeda motor, mobil dsb) KBBI (2007:805). Jadi dapat disimpulkan bahwa iklan otomotif merupakan pemberitahuan mengenai barang berupa sepeda motor dan mobil di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah)

