

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini disajikan, antara lain: (1) latar belakang, (2) masalah penelitian, (3) fokus penelitian, (4) manfaat penelitian, (5) asumsi penelitian, (6) ruang lingkup penelitian, (7) definisi istilah. Ketujuh hal tersebut akan diuraikan sebagai berikut.

1.1 Latar Belakang

Bahasa merupakan alat komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan pikiran atau pesan dari orang lain, baik secara lisan maupun tertulis, dengan adanya bahasa dapat membantu individu berinteraksi untuk mengungkapkan gagasan atau argumen. Penggunaan bahasa tidak terlepas dari ilmu sintaksis yang lebih mengarah kepada struktur kalimat atau struktur wacana.

Menurut Suhardi (2016, hal. 13) sintaksis adalah cabang ilmu bahasa (linguistik) yang memfokuskan kajian pada kalimat. Ilmu sintaksis ini lebih memfokuskan kajiannya pada kata, frasa, klausa, dan kajian yang berkaitan dengan jenis-jenis kalimat. Tarigan (2009, hal. 4) mengatakan bahwa sintaksis adalah salah satu cabang tata bahasa yang menelaah struktur-struktur kalimat, klausa, dan frasa. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa sintaksis merupakan ilmu bahasa yang menghubungkan antara kata dengan struktur kalimat, sehingga kalimat tersebut memberikan makna berdasarkan fungsinya.

Wacana dalam pengertian luas adalah rentangan ujaran yang berkesinambungan (urutan kalimat-kalimat individual). Menurut Carison (dalam

Tarigan. 2009. hal. 22) Wacana tidak hanya terdiri atas untaian ujaran atau kalimat yang secara gramatikal teratur rapi. Menurut Rani, Arifin, dan Martutik (2010, hal. 3) menyatakan bahwa para ahli telah menyepakati bahwa wacana merupakan satuan bahasa yang paling besar yang digunakan dalam komunikasi. Wacana merupakan ujaran atau kalimat yang dibentuk secara gramatikal yang digunakan dalam komunikasi baik melalui lisan ataupun tertulis. Membuat wacana terdapat struktur wacana yang dapat diketahui oleh penulis maupun penutur.

Struktur wacana berbeda dengan struktur kalimat. Struktur wacana bersifat lebih terbuka, sedangkan struktur kalimat bersifat tertutup. Struktur wacana, menurut Cook (dalam Rani. Arifin. & Martutik, 2010, hal. 50) bahwa wacana mempunyai beberapa peringkat struktur (rank struktur) seperti peringkat dalam tata bahasa. Struktur wacana perlu digunakan dalam pembuatan iklan, sehingga kalimat yang dihasilkan dapat menarik perhatian masyarakat untuk membeli sebuah produk. Menurut Bolen (dalam Rani, Arifin, & Martutik, 2010, hal. 67) menyatakan bahwa struktur wacana iklan mempunyai tiga unsur. yaitu butir utama (headline), badan (body), dan penutup (close).

Menurut Tarigan (2009, hal. 48) wacana dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, bergantung dari sudut pandang, antara lain; (1) berdasarkan apakah wacana itu disampaikan dengan media tulis atau media lisan, (2) berdasarkan langsung atau tidaknya pengungkapan, dan (3) berdasarkan cara atau cara menuturkannya. Iklan disebut dengan wacana karena kalimat pada iklan merupakan analisis wacana terhadap satuan bahasa yang berbentuk media komunikasi dan pemrasaran produk barang atau jasa. Iklan termasuk pada jenis

wacana berdasarkan tulis atau lisan, karena pada umumnya masyarakat mempromosikan produk melalui media tulis atau lisan.

Iklan merupakan satu bagian dimana wacana banyak ditemukan dalam kalimat dari pesan yang eksplisit maupun pesan yang implisit. Iklan dapat kita temukan diberbagai media, berupa cetak maupun media masa yang memiliki kreatifitas wacana yang menarik perhatian khalayak. Saat ini iklan dapat kita jumpai di media massa seperti Instagram. Instagram merupakan media massa atau media sosial yang sedang digemari oleh masyarakat, dari anak kecil hingga orang tua yang sudah modern dalam media sosial. Akan tetapi iklan juga sering kita temui dimedia cetak seperti brosur makanan hingga pemilihan Walikota, Gubernur, dan Presiden. Iklan tersebut bersaing menggunakan kata-kata persuasif yang mengajak pembaca sehingga minat dengan apa yang diiklankan. Adapun media sosial digunakan sebagai sarana promosi berupa iklan. Salah satunya keluarga artis Anang Hermansyah dan Teuku Wisnu yang memiliki banyak bisnis sampingan yang memilih berinvestasi dalam bidang bisnis kuliner lebih tepatnya produk kue artis kekinian yang saat ini memang sedang naik daun di kalangan masyarakat Indonesia.

Sebagai penunjang pasar, nama yang dipilih oleh keluarga Anang Hermansyah adalah Asix (A6) yang berarti inisial dari nama anggota keluarganya yaitu: Anang, Asyanti, Aurel, Azriel, Arsy, dan Arsy. Perkembangan zaman yang pesat ini, sebagai sarana pengiklanan, keluarga Anang Hermansyah memilih mempublikasikan produk kue kekiniannya tersebut di media sosial yaitu Instagram dengan nama akun @ASIXOLEH-OLEH. Pada akhir-akhir ini keluarga Asix sedang dilanda permasalahan dari kue yang diproduksi, sehingga tak lagi

menggunakan akun @ASIXOLEH-OLEH untuk menjual produk kue tersebut. Setelah Bunda Asyanti mengklarifikasi di Instagram, pengiklanan kue Asix berpindah di akun baru @kueasix.id sejak bulan April 2019. Postingan di akun @kueasix.id menggunakan kalimat yang akan dianalisis struktur iklan pada kalimat tersebut dengan akun baru dari ASIX.

Kue artis Indonesia yang lain yaitu dari kue yang diproduksi oleh pasangan Teuku Wisnu dan Shireen Sungkar yang bernama Malang Strudel didirikan sejak 20 Desember 2014. Malang Strudel terpilih menjadi kue oleh-oleh khas Kota Malang, pasangan Teuku Wisnu dan Shireen sangat senang sekali dengan kue Strudel. Awalnya mereka pergi ke Eropa dan menemukan kue oleh-oleh Strudel untuk keluarga dan teman di Indonesia. Strudel terbuat dari buah Apel dan saat Teuku Wisnu sering pergi ke kota Malang, ia berfikir akan membuat oleh-oleh khas Malang. Sehingga membuka gerai pertamanya di Jl. Ardimulyo No. 14 Singosari. Malang Strudel berada di tiga lokasi yaitu Jl. Soekarno Hatta Blok D No. 408, Jl. Semeru No. 47, Oro-oro Dowo, Klojen, dan lokasi ketiga di Istana Ruko, Jl. W.R. Supratman No. 24.

Malang Strudel memiliki banyak varian rasa yaitu Strudel Pineapple harga 48 ribu rupiah, Strudel Choco Peanut harga 65 ribu rupiah, Premium Strudel Durian harga 75 ribu rupiah, Premium Strudel Caramel harga 68 ribu rupiah. Teuku Wisnu kerap sekali aktif di akun media sosial Instagram untuk memasarkan produk kue tersebut, baik di Instastori atau yang disebut status di akun Malang Strudel. Teuku Wisnu sering melibatkan semua hal yang berhubungan dengan Kota Malang untuk pemasaran kue. Sehingga banyak orang yang tertarik pada kue Teuku Wisnu. Teuku Wisnu dalam mempromosikan kue Malang Strudel dengan

kalimat yang mengajak, artinya dalam mengiklankan kue selalu mengingatkan dalam acara hari-hari Nasional, seperti hari kelahiran Pancasila, Ramadhan, Lebaran, dan lain sebagainya juga mempromosikan tempat liburan di kota Malang.

Iklan kue milik artis Indonesia menjadi pokok bahasan yang sangat penting bagi peneliti. Peneliti melakukan penelitian iklan kue ASIX dan Malang Strudel karena melalui media sosial pengiklanan yang dilakukan dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang di jual. Sehingga peneliti memilih produk kue milik Anang Hermansyah yaitu ASIX dan kue Malang Strudel milik Teuku Wisnu karena kue tersebut lebih banyak diminati oleh wisatawan ketika berkunjung di kota Malang untuk dijadikan buah tangan.

Selain itu pengiklanan terhadap kedua kue artis tersebut lebih banyak diminati oleh masyarakat yang bermain media sosial yaitu Instagram. Instagram berkembang sangat pesat dan banyak khalayak yang menggunakan media sosial di Instagram untuk keperluan lain-lain seperti jual-beli ataupun sekadar eksis, sehingga pada akun Instagram untuk menjual sebuah barang struktur iklan perlu di perhatikan untuk pembuatan iklan yang menarik.

Berdasarkan penjelasan diatas penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian "Struktur Iklan Kue Milik Artis Indonesia ". Penelitian ini membahas tentang bagaimana struktur iklan kue milik artis Indonesia yaitu keluarga Anang Hermansyah dan Teuku Wisnu. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya oleh I Wayan Mulyawan yang berjudul "*Struktur Wacana Iklan Pada Media Cetak Kajian Struktur Van Dijk*" berada di pembahasan. Sedangkan persamaan dengan penelitian I Wayan yaitu sama-sama mengambil objek dari

iklan. Penelitian oleh Wayan membahas tentang struktur makro, superstruktur, struktur mikro, dan makna iklan dengan teori Van Dijk. Peneliti memilih judul “*Analisis Struktur Iklan Kue ASIX dan Malang Strudel*” karena menurut peneliti pada era globalisasi yang disebut dengan milenial perkembangan teknologi semakin canggih juga bahasa yang digunakan dalam pembuatan wacana khususnya pada iklan semakin bervariasi. Maka dari itu peneliti menganalisis tentang struktur iklan yang berada di akun Instagram milik keluarga Anang Hermansyah dan Teuku Wisnu.

1.2 Masalah Penelitian

Masalah penelitian menjadi bahan pokok pembahasan dalam penelitian ini. Maka berdasarkan latar belakang dan judul penelitian, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut, “Bagaimana struktur iklan kue ASIX dan Malang Strudel?”

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian sama halnya dengan tujuan penelitian. Penelitian ini, berfokus pada hasil dari masalah penelitian yaitu “Mendeskripsikan struktur iklan kue ASIX dan Malang Strudel”.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian dan tujuan penelitian, maka penelitian ini mempunyai manfaat penelitian yang meliputi.

- a. Bagi pembaca, khususnya mahasiswa program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dapat menambah wawasan tentang struktur iklan untuk mengetahui struktur pada iklan.
- b. Bagi guru, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan tentang struktur iklan yang dapat dijadikan contoh untuk mengajar.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat berguna sebagai referensi dalam melakukan penelitian tentang wacana khususnya struktur iklan.

1.5 Asumsi Penelitian

Asumsi dalam penelitian ini yaitu struktur iklan karena banyak digunakan dalam pembuatan iklan di seluruh Indonesia. Sehingga perlu diteliti apa saja struktur iklan yang digunakan dalam pembuatan iklan. Kue artis merupakan kuliner yang dibuat oleh artis Indonesia berupa kue yang dibuat untuk bisnis kuliner mereka yang sedang ramai dikalangan artis. Keunikan dari kue artis Anang Hermansyah, menu pada makanan tersebut menggunakan nama dari anggota keluarga. Sedangkan kue Teuku Wisnu menggunakan bahan dasar buah-buahan terutama buah apel yang menjadi khas kota Malang. Keduanya mengiklankan di media sosial Instagram dengan berbagai macam cara untuk memikat konsumen membeli kue tersebut. Sehingga pengiklanan tersebut perlu diteliti untuk struktur iklan yang baik dan benar.

1.6 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini meliputi variabel, subvariabel, dan data. Variabel penelitian ini adalah penggunaan struktur iklan kue ASIX dan Malang

Strudel milik artis Indonesia yang meliputi kue keluarga Anang Hermansyah dan Teuku Wisnu di media sosial yaitu Instagram. Subvariabel struktur iklan meliputi butir utama, badan iklan, dan penutup iklan. Adapun data penelitian ini berupa kata, kalimat, dan paragraf di akun Instagram @kueasix.id dan @strudelmalang yang menjadi struktur iklan kue milik artis Indonesia. Sumber data dalam penelitian ini berupa iklan yang diposting di akun Instagram @kueasix.id dan @strudelmalang.

1.7 Definisi Istilah

Definisi merupakan penjabaran atau pendefinisian istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian agar memperjelas pemahaman dan tidak terjadi kesalah pahaman, istilah-istilah dalam judul penelitian perlu didefinisikan secara jelas, istilah-istilah yang didefinisikan sebagai berikut :

1. Struktur Iklan adalah bagian yang membuat kalimat menjadi menarik yaitu butir utama, badan iklan, dan penutup iklan. Iklan tersebut di dapat dari akun Instagram. Instagram adalah salah satu media sosial populer di dunia terutama di Indonesia dengan berbagai macam kegunaan.
2. Kue Milik Artis Indonesia adalah kue yang dimiliki oleh artis di Indonesia meliputi kue ASIX yang dimiliki oleh keluarga Anang Hermansyah dan kue Malang Strudel yang dimiliki keluarga Teuku Wisnu yang berada di kota Malang.