

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian terkait dengan (1) latar belakang penelitian (2) masalah penelitian (3) tujuan penelitian (4) definisi operasional (5) manfaat penelitian (6) ruang lingkup penelitian.

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi saat ini, komunikasi menjadi satu kebutuhan yang memegang peranan penting terutama dalam proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Perkembangan dunia yang pesat saat ini otomatis juga akan mempengaruhi perkembangan media massa, media massa saat ini juga menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat penting sebagai media penyampaian pesan atau informasi kepada orang lain ataupun masyarakat luas. Komunikasi massa melibatkan jumlah komunikan (penerima pesan) dalam jumlah banyak, tersebar dalam area geografis yang luas, namun mempunyai perhatian minat dan isu yang sama.

Hal ini terbukti dengan kondisi masyarakat saat ini terutama masyarakat di kota-kota besar yang hampir di setiap rumah memiliki televisi. Menarik bagi peneliti untuk menjadikannya sebuah bahan acuan dalam penelitian ini. Televisi menyajikan berbagai macam informasi. Informasi tidak mengalir secara harfiah, kenyataannya informasi sendiri tiada bergerak yang sesungguhnya terlihat adalah penyampaian suatu pesan, interpretasi penyampaian dan penciptaan penyampaian pesan itu sendiri. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa televisi menyajikan berbagai kebutuhan masyarakat dalam berbagai hal, sekarang dapat

kita berikan beberapa contoh konkrit bahwasanya televisi menyajikan program siaran berita, acara hiburan sinetron, film, dan musik serta satu hal yang tak kalah pentingnya yaitu, iklan. Sesuai dengan karakternya, iklan televisi mengandung unsur suara, gambar dan gerak, oleh karena itu pesan yang disampaikan melalui media ini sangat menarik perhatian dan impresif. Aspek artistik bahwa materi iklan yang disajikan sebaiknya, menterjemahkan secara optimal pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh pihak produsen dan pengiklan sehingga mampu membentuk kesan yang positif pada khalayak sasaran yang dituju.

Jadi latar belakang dalam penelitian ini adalah adanya kebutuhan masyarakat era modern saat ini dalam proses penyampaian informasi dari satu pihak pihak lain dengan cara yang instant dan media yang canggih untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat antara lain iklan.

Penulisan iklan merupakan pengetahuan umum yang cukup luas, karena pada dasarnya menulis iklan untuk mendorong, membujuk, khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Iklan yang baik bahasanya harus tersusun dengan baik pula serta ide yang diuraikan jelas dengan pilihan kata yang tepat, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pendengar atau pembaca. Peranan iklan dalam pembinaan bahasa yang bersifat positif namun juga dapat bersifat negatif.

Apabila bahasa yang digunakan oleh pengiklan secara spesifik atau menggunakan bahasa yang baik, tentu saja pengaruhnya akan baik terhadap masyarakat atau pembaca. Akan tetapi apabila bahasa yang digunakan oleh pengiklan itu bahasa yang kacau atau bahasa yang tidak benar, maka akan memberikan pengaruh yang negatif dan merugikan masyarakat.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian singkat mengenai latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimanakah unsur-unsur bahasa persuasif yang terkandung dalam iklan kartu telepon selular agar dapat menarik minat daya beli masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian singkat mengenai latar belakang diatas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

Untuk mendeskripsikan unsur-unsur bahasa persuasif yang terkandung dalam iklan kartu telepon selular agar menarik minat daya beli masyarakat.

1.4 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan pendefinisian atau penjabaran istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian agar memperjelas pemahaman agar tidak terjadi salah paham, maka istilah-istilah dalam judul penelitian tersebut perlu di definisikan secara jelas. Istilah-istilah yang didefinisikan sebagai berikut.

1. Bahasa persuasif adalah jenis bahasa yang bertujuan untuk mengajak atau mempengaruhi orang lain untuk melakukan sesuatu yang dikehendaki.
2. Iklan adalah suatu pesan tentang barang atau jasa yang dibuat oleh produsen yang disampaikan lewat media cetak, audio ataupun elektronik yang ditujukan pada masyarakat.
3. Kartu telepon selular adalah simcard suatu ponsel yang berisi layanan telepon, sms, internet yang digunakan seseorang untuk berhubungan atau berkomunikasi dari satu orang ke orang lain tanpa mempedulikan jarak dan waktu dapat berkomunikasi dengan cepat dan mudah.

4. Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video untuk khalayak luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis yaitu penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan agar memahami dengan benar tentang unsur-unsur bahasa persuasif yang terkandung dalam iklan kartu telepon selular di youtube.
2. Manfaat praktis yaitu penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan ilmu linguistik khususnya study tentang analisis wacana.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan penelitian lebih terfokus, maka ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut :

1. Fokus penelitian ini adalah unsur-unsur persuasif pada iklan kartu telepon selular di youtube.
2. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di tempat tinggal pribadi di jalan Rotawu II no. 16 Jember, karena peneliti dapat mengakses dan melaksanakan penelitian dengan mudah, dimana saja dan didukung akses internet yang efisien.
3. Subjek penelitian ini adalah kalimat bahasa persuasif yang terdapat pada iklan kartu telepon selular di youtube