

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa adalah alat komunikasi yang berkembang sejalan dengan perkembangan zaman. Dengan adanya bahasa, manusia sebagai makhluk sosial dapat saling berkomunikasi untuk menyampaikan gagasan, pendapat, keinginan, dan tujuan yang ingin disampaikan. Namun, terkadang informasi yang dituturkan oleh komunikator memiliki maksud tersembunyi. Dalam suatu bahasa, sering terjadi seseorang tidak mengutarakan maksud secara langsung. Hal yang ingin disampaikan justru disembunyikan atau dikemukakan secara implisit. Oleh karena itu, setiap orang harus berusaha memahami maksud dan makna yang diucapkan penutur terhadap mitra tutur. Untuk itu, dibutuhkan pemahaman agar apa yang menjadi maksud atau informasi dari sebuah ujaran yang sudah diterima.

Berdasarkan sarannya, bahasa dapat dibedakan menjadi dua, yaitu bahasa tulis dan bahasa lisan. Bahasa tulis ialah bahasa yang ditulis atau dicetak, berupa suatu wacana, sedangkan bahasa lisan ialah bahasa yang diucapkan atau dituturkan, berupa pidato atau percakapan. Pada era globalisasi dengan perkembangan teknologi informasi di mana orientasi hidup cenderung ekonomis, bahasa ternyata memainkan peran yang tidak kecil. Dalam dunia perdagangan, misalnya bahasa digunakan untuk memperkenalkan produk. Bentuk yang dipakai untuk mempromosikan produk yaitu melalui iklan yang berisi tips produk perawatan wajah.

Sebagai salah satu bentuk dalam sarana komunikasi, dalam penyampaiannya ada iklan yang diucapkan secara lisan, seperti melalui radio televisi, dan ada juga muncul dalam tulisan, seperti di surat kabar, tabloid, dan majalah. Bahan yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang produk dan penawarannya dikenal sebagai bahasa iklan. Dalam iklan banyak dijumpai bentuk kalimat yang berfungsi untuk membujuk, sehingga mendorong khalayak tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan.

Iklan adalah sebagai 'sebuah teks sistem tanda yang terorganisasikan menurut kode-kode yang merefleksikan nilai-nilai tertentu, sikap, dan juga keyakinan tertentu. Setiap pesan dalam iklan memiliki dua tingkat makna, yaitu makna yang dikemukakan secara eksplisit di permukaan dan makna yang dikemukakan secara implisit di balik permukaan tampilan iklan' (Noviani, 2002: 79).

Tips produk perawatan wajah adalah salah satu topik penting yang diminati para perempuan. Dengan adanya tips tentang produk perawatan wajah tersebut perempuan atau konsumen dapat mengetahui dengan cepat mana produk keluaran terbaru. Dalam tips produk perawatan wajah di tabloid *Nova* terdapat berbagai produk kecantikan dan berbagai tips mengenai cara merawat tubuh dari ujung kepala hingga ujung kaki.

Pemakaian bahasa dalam iklan menuntut suatu kecermatan agar bahasa itu dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi yang dapat mencapai sasaran yang dikehendaki secara baik. Kecermatan itu terutama menyangkut bentuk bahasa dan cara penyampaiannya. Dalam bentuk bahasa, pemakaian bahasa iklan harus betul-

betul memperhatikan struktur frasa, kalimat, dan wacana. Bahasa yang digunakan dalam iklan tentang tips diharapkan dapat dimengerti oleh para konsumen sehingga dapat menarik perhatian mereka terhadap suatu produk yang ditawarkan. Iklan tips sengaja dibuat menarik untuk sebuah produk yang ditawarkan. Tujuan dibuatnya tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova* adalah untuk membujuk atau mendorong perempuan sehingga tertarik menggunakan produk perawatan wajah.

Bentuk bahasa iklan harus bersifat persuasif. Bahasa iklan harus mampu memberi gambaran kepada konsumen, yaitu dengan memberi suatu gambaran yang jelas mengenai kelebihan, keunggulan, dan keistimewaan dari produk perawatan wajah yang ditawarkan. Dengan demikian faktor kreativitas sangat penting dalam periklanan, yakni dengan “apa yang dikatakan” (isi pesan) dan “bagaimana mengatakannya” atau penyajian (Rodiosunu, 1998: 214).

Tabloid *Nova* menyajikan tips-tips tentang produk kosmetik atau produk perawatan wajah keluaran terbaru, baik buatan Indonesia maupun buatan luar negeri. Salah satunya tentang produk perawatan wajah.

Pada tips produk perawatan wajah tiap produk dijelaskan kegunaan penggunaan produk, kandungan produk, dan harga produk. Dengan adanya penjelasan kegunaan, penggunaan kandungan, dan harga produk, diharapkan dapat membantu peminat agar tertarik untuk mencoba produk perawatan wajah, para peminat dapat menentukan produk yang akan mereka beli sesuai dengan jenis kulit. Pada produk terdapat penjelasan tentang kandungan tiap-tiap produk. Pembeli diharapkan mengerti produk yang akan mereka gunakan, misalnya dengan bahan dasar alami, baik untuk perawatan wajah. Penggunaan bahasa yang menarik dalam iklan dapat menciptakan suatu produk pencitraan yang baik maka

penawaran dapat dilakukan melalui iklan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui unsur kohesi gramatikal, fungsi kohesi gramatikal, unsur kohesi leksikal, dan fungsi kohesi leksikal dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat diidentifikasi masalah-masalah-masalah sebagai berikut:

1. Adanya unsur kohesi gramatikal dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.
2. Adanya fungsi kohesi gramatikal dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.
3. Adanya unsur kohesi leksikal dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.
4. Adanya fungsi kohesi leksikal dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, wacana merupakan satuan bahasa yang paling besar, yang digunakan sebagai komunikasi. Dalam penelitian ini, yang dianalisis dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*, dari segi keutuhan wacana adalah kohesi gramatikal meliputi (a) pengacuan (referensi), (b) penyulihan (substitusi), (c) pelesapan (elepsis), dan (d) perangkaian (konjungsi). Kohesi leksikal meliputi (a) repetisi (pengulangan), (b)

sinonim (padan makna), (c) antonim (lawan makna), (d) kolokasi (sanding kata), (e) hiponimi (hubungan atas-bawah), (f) ekuivalensi (kesepadanan).

1.4 Rumusan Masalah

Masalah yang diteliti perlu diidentifikasi secara terperinci dirumuskan dalam pernyataan yang operasional. Perumusan masalah sekaligus mempertegas ruang lingkup objek yang diteliti. Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Unsur kohesi gramatikal apa saja yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*?
2. Fungsi kohesi gramatikal apa saja yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*?
3. Unsur kohesi leksikal apa saja yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*?
4. Fungsi kohesi leksikal apa saja yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Mengetahui unsur kohesi gramatikal yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*
2. Mengetahui fungsi kohesi gramatikal yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

3. Mengetahui unsur kohesi leksikal yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.
4. Mengetahui fungsi kohesi leksikal yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

1.6 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian tentang kohesi gramatikal dan kohesi leksikal yang digunakan dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan tentang sebuah wacana bahasa Indonesia dalam iklan tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*. Dengan adanya pengetahuan di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya. Peneliti juga memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam lagi mengenai tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

1.7 Definisi Istilah

1. Wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang dinyatakan secara lisan, seperti pidato, ceramah, khotbah, dan dialog atau secara tertulis seperti cerpen, novel, buku, surat, dan dokumen tertulis yang dilihat dari segi struktur lahirnya (dari segi bentuk) bersifat kohesif dan saling terkait dan dari struktur batinnya dari segi maknanya) bersifat koheren, terpadu. Sumarlam, ed. (2003: 15)

2. Kohesi gramatikal adalah unsur wacana yang berkaitan dengan segi bentuk atau struktur lahir wacana. Alat kohesi gramatikal merupakan alat penanda kohesi yang melibatkan penggunaan unsur-unsur kaidah bahasa. Secara umum kohesi gramatikal terdiri atas (a) pengacuan (referensi), (b) penyulihan (substitusi), (c) pelepasan (elepsis), dan (d) perangkaian (konjungsi) (Sumarlam, ed., 2003: 23).
3. Kohesi Leksikal adalah hubungan antarunsur dalam wacana secara semantik. Dalam hal ini, untuk menghasilkan wacana yang padu pembicara atau penulis dapat menempuh dengan cara memilih kata-kata yang sesuai dengan isi kewacanaan yang dimaksudkan. Kohesi leksikal dalam wacana dapat dibedakan menjadi enam macam, yaitu: (1) repetisi (pengulangan), (2) sinonim (padan makna), (3) antonim (lawan makna), (4) kolokasi (sanding kata), (5) hiponim (hubungan atas-bawah), (6) ekuivalensi (kesepadanan) (Sumarlam, ed., 2003: 34).
4. Iklan merupakan berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum (KBBI, 2008: 521)
5. Tips produk perawatan wajah adalah salah satu topik penting yang diminati para perempuan. Dengan adanya tips-tips tentang produk perawatan wajah tersebut perempuan dapat mengetahui dengan cepat mana produk keluaran terbaru. Dalam tips produk perawatan wajah di tabloid *Nova* terdapat berbagai

produk kecantikan di antaranya *skincare*, *cream skin*, pelembab wajah, *eyeliner*, *eyeshadow*, lipstik *matte*, lipstik ombre, pensil alis, *brush*, kuas, perona mata, perona pipi, *makeup*, VCO (*virgin coconut oil*). Berbagai tips cara merawat tubuh dari ujung kepala hingga ujung kaki ada dalam tips produk kecantikan, sehingga tips ini dapat membantu para perempuan untuk menjaga penampilannya.

6. Dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Tips> tips adalah petunjuk singkat. Sedangkan tips secara umum oleh banyak orang adalah saran yang praktis, sederhana sebagai petunjuk singkat agar orang lain berhasil melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang diharapkan, dengan menggunakan kalimat yang mudah dipahami oleh siapa saja yang membacanya.

<https://www.kanalpengetahuan.com/pengertian-tips-dalam-bahasa-indonesia>