

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Iklan merupakan media penyaluran berita kepada khalayak umum. Iklan dapat bersifat persuasif artinya mengajak masyarakat untuk menggunakan produk yang dipasarkan melalui gaya bahasa yang disampaikan dalam iklan tersebut, sebuah iklan diciptakan untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat dalam menanggapi iklan yang disampaikan. Sementara itu, bahasa yang digunakan dalam iklan dibuat semenarik mungkin dengan harapan dapat dimengerti dengan mudah oleh konsumen. Berbagai iklan sengaja dibuat dengan banyak gaya bahasa dan tampilan yang menarik walaupun ada juga yang melenceng jauh dari kenyataan sebenarnya hanya untuk menarik perhatian dan membuat para konsumen penasaran dengan produk yang diiklankan. Pada penelitian ini pemilihan iklan minuman disesuaikan dengan banyak peminat atau konsumen. Produk minuman lebih banyak peminatnya, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa dan bahkan orang tua.

Iklan televisi memiliki peran yang penting dalam membangun citra positif bagi suatu perusahaan karena dapat mengembangkan kepercayaan masyarakat terhadap produk konsumsi dan perusahaan yang memproduksinya. Oleh karena itu, iklan menggunakan gaya bahasa sebagai salah satu cara untuk menarik minat konsumen. Pada penelitian ini difokuskan pada stasiun televisi Trans TV karena Trans TV merupakan stasiun televisi nasional yang banyak peminatnya dari

berbagai kalangan. Stasiun televisi Trans TV mempunyai acara seperti Talk Show, berita seputar selebriti, dan acara-acara menarik lainnya sehingga secara tidak langsung banyak juga yang menonton iklan.

Jika kita melihat iklan yang ditampilkan di televisi, kita akan temukan berbagai iklan dari berbagai produk, khususnya dalam penelitian ini iklan produk minuman. Pesan-pesan kita dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain maka kita harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku konsumtif. Iklan biasanya mengandung bahasa persuasif. Bahasa persuasif yaitu bahasa yang isinya berusaha untuk merebut perhatian pembaca. Iklan juga biasanya memiliki bahasa yang menarik penontonya agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut, sehingga dapat mempengaruhi pola pikir penonton untuk mencoba dan membeli produk yang ditawarkan, berdasarkan uraian di atas penulis tertarik mengambil judul penelitian ini, Adapun alasan penulis tertarik mengambil judul penelitian ini adalah karena ketertarikan penulis terhadap slogan yakni slogan selalu ada di tiap iklan, sehingga hal tersebut menjadi hal yang unik serta menarik perhatian peneliti. Daya tarik penggunaan gaya bahasa pada setiap iklan menjadi hal yang unik di tiap-tiap iklan, sehingga mendorong peneliti mengkaji hal tersebut lebih lanjut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa sajakah gaya bahasa yang terdapat pada iklan minuman di stasiun televisi Trans TV Edisi Tahun 2021?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan gaya bahasa apa sajakah yang terdapat dalam iklan minuman di stasiun televisi Trans TV Edisi Tahun 2021.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat baik secara teoretis maupun secara praktis. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan pada peneliti lain ketika melakukan penelitian yang sejenis. Selain itu, dapat menambah teori pembelajaran linguistik yang berhubungan dengan gaya bahasa iklan minuman di stasiun televisi Trans TV. Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut.

1. Bagi konsumen, diharapkan dapat mengetahui keunggulan produk yang ditawarkan dan mendapatkan informasi tentang kegunaan produk dalam iklan minuman di stasiun televisi Trans TV.
2. Bagi Masyarakat, diharapkan dapat menjadi media yang digunakan mempromosikan suatu barang dan jasa, suatu alternatif yang digunakan

produsen untuk membangun kepercayaan konsumen, dan dengan adanya iklan konsumen dapat mengetahui adanya berbagai macam produk minuman.

3. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menambah wawasan tentang gaya bahasa dalam iklan minuman di stasiun televisi. Mahasiswa juga dapat mengetahui gaya bahasa dan makna semantik yang terkandung dalam iklan minuman di stasiun televisi Trans TV.