

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di era ini, masyarakat akan selalu dihadapkan dengan banyaknya produk dan jasa yang didistribusikan melalui media massa. Dalam aktivitas sehari-hari, kita terus berhubungan dengan program televisi, surat kabar, internet dan masih banyak media massa lainnya yang tersebar dimana-mana. Kita dapat menerima berbagai jenis informasi dari mana saja di dunia melalui media massa. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat sekarang menjadi sangat bergantung kepada media massa. Media telah menjadi komponen yang tak terpisahkan dalam kehidupan saat ini, sebab adanya prinsip-prinsip yang dianggap sebagai landasan keberadaannya, Damono (dalam Purnengsih, 2013:1).

Baliho merupakan material besar dari bahan kain atau bahan plastik berukuran kurang lebih 3x4 m, sering kali dibuat menggunakan bahan stiker atau PVC. Pada umumnya pemasangan baliho dapat direntangkan atau ditempelkan pada plat besi pada papan reklame serta dapat dipasang pada ruang terbuka umum yang banyak digunakan oleh masyarakat. Baliho mengandung gambar dan teks yang menyampaikan informasi, termasuk pesan yang tersirat dari iklan, promosi, serta pengumuman yang bersifat umum (Purnengsih, 2017).

Menjelang diadakannya pemelihan umum legislatif (pemilu) yang akan diselenggarakan pada hari rabu, 14 Februari 2024, Saat ini, terlihat banyak baliho dari calon anggota legislatif (caleg) yang dipasang di arteri jalan yang sering dilewati oleh masyarakat di area Malang Raya. Baliho yang di sebarakan diberbagai

tempat tersebut merupakan salah satu kegiatan mempromosikan parpol atau caleg untuk menarik perhatian masyarakat pemilih atau konstituen.

Untuk mendapatkan dukungan masyarakat, diperlukan kampanye. Kampanye disusun sedemikian rupa agar masyarakat tertarik untuk mendukung dan memilih partai serta calon legislatif yang sedang berkampanye. Dalam kampanye yang terorganisir dengan baik, seseorang atau kelompok yang melakukan kampanye dapat memengaruhi masyarakat untuk melakukan aksi yang diinginkan.. Oleh karena itu, ketika berkampanye, kita perlu menilai dan memanfaatkan media dengan efisien guna mencapai target yang sudah disepakati. Kampanye adalah usaha persuasif yang dikerahkan oleh seseorang atau berkelompok untuk mengajak masyarakat agar memiliki persepsi yang sejalan dengan ide dan pandangannya. Untuk menarik perhatian masyarakat, para calon legislatif tersebut mengkampanyekan gagasan dan pemikirannya yang dituangkan secara cermat dalam bentuk program yang rinci yang akan mereka laksanakan apabila dipilih sebagai anggota legislatif.

Pada saat menjelang musim politik seperti sekarang panitia pemilu serta anggota partai akan mulai menyebarluaskan berbagai macam media yang diperlukan dalam berkampanye untuk menunjukkan para kandidat caleg yang ingin dipilih oleh masyarakat. Para calon anggota legislatif menggunakan berbagai jenis atribut seperti baliho, spanduk, dan lainnya dalam kampanye mereka. Mereka menyampaikan program-program mereka melalui baliho yang dipasang di tepi jalan. Alasan penggunaan baliho sebagai media kampanye adalah karena biayanya yang terjangkau dan kemampuannya untuk menarik perhatian banyak orang.

Pendekatan kampanye yang digunakan dalam baliho beragam, bertujuan untuk menarik perhatian pembaca dengan cara yang berbeda.

Penggunaan baliho dalam kampanye politik memang menjadi salah satu cara yang efektif karena dapat menjangkau banyak orang dengan biaya yang relatif terjangkau dibanding media lainnya. Namun, penting untuk diingat bahwa kampanye haruslah dilakukan dengan baik serta sejalan dengan peraturan yang dibuat.

Untuk memastikan bahwa masyarakat dapat dengan mudah membaca, memahami, dan memilih calon legislatif pada baliho kampanye, penting untuk memperhatikan penggunaan bahasa dan tulisan. Bahasa yang dipakai dalam baliho caleg haruslah simpel, mudah diingat, serta mudah dimengerti, karena baliho sebagai media luar ruangan memiliki keterbatasan waktu lihat yang singkat, hanya sekitar sepuluh detik. Oleh karena itu, informasi yang disajikan perlu disederhanakan seoptimal mungkin agar mudah ditangkap oleh masyarakat yang melihat baliho tersebut. Selain itu, perlu menghindari polusi visual agar pesan yang ingin disampaikan dapat terbaca dan dipahami dengan mudah oleh masyarakat secara luas.

Bahasa iklan pada umumnya sering digunakan di dalam sebuah baliho. Bahasa iklan adalah jenis bahasa yang digunakan dalam menyampaikan berbagai bentuk pesan mengenai suatu produk diberbagai media, baik media elektronik ataupun media cetak. Bahasa iklan terutama yang digunakan pada baliho caleg diharuskan dapat menarik, menggugah, menggalang kebersamaan, serta mengkomunikasikan dengan kooperatif terhadap masyarakat luas, Stan Rap dan Tom Collins (dalam Sintia, 1995:152). Oleh karena itu, pembuat iklan harus

memilih diksi serta gaya bahasa yang tepat supaya pembaca dapat dengan mudah menangkap maksud iklan. Jika tanpa penguasaan yang memadai terhadap beragam kata, seseorang tidak dapat secara efektif memilih atau menyeleksi kata-kata dengan baik dalam pembuatan iklan. Seleksi kata bukan hanya tentang pemilihan yang akurat, melainkan juga memastikan kata-kata tersebut sesuai dengan konteksnya serta mempunyai makna yang sejalan dengan nilai atau perasaan dari masyarakat yang memakainya.

Penggunaan diksi promosi dalam baliho caleg berlandaskan pada sebuah prinsip, yaitu bahasa dapat mempengaruhi anggapan setiap individu terhadap suatu permasalahan maupun konsep tertentu. Supaya baliho kampanye tersebut dapat terlihat menarik bagi masyarakat maka konteks dalam baliho kampanye seperti bahasa yang digunakan, topik yang dibahas, suasana yang mencerminkan kondisi masyarakat, dan juga tujuan yang hendak dicapai politisi tersebut harus jelas serta menarik.

Persoalan bentuk kata sudah sering dibahas pada tata bahasa masing - masing bahasa. Mulai dari wujud sebuah kata dasar, terbentuknya suatu kata dasar, penurunan bentuk dasar atau gabungan antara bentuk dasar yang kemudian menjadi sebuah kata baru, hal itu sering dibahas secara rinci dalam tata bahasa. Ketepatan dalam pemilihan diksi ataupun keserasian pemilihan diksi juga sangat bergantung pada makna yang berhubungan dengan bermacam bentuk itu, Keraf (dalam Sintia, 1990:27).

Dari sekian banyak baliho caleg yang tersebar di Malang Raya, terdapat berbagai macam diksi promosi yang digunakan untuk mempromosikan para calon legislatif. Diksi promosi juga memiliki berbagai fungsi dalam mempromosikan para

calon legislatif, seperti mempromosikan lembaga, pencapaian, visi misi, serta mempromosikan Dapil (daerah pilihan) dari calon legislatif yang terdapat pada baliho.

Berkenaan dengan fokus pada penelitian ini yakni mengkaji bentuk dari diksi promosi yang terdapat pada baliho caleg. Peneliti akan mengkaji hal tersebut dengan menggunakan kajian semantik. Semantik merupakan percabangan dari linguistik yang pengkajiannya mengenai makna serta satuan bahasa yang terdiri dari kata, frasa, klausa, serta kalimat, Manaf (dalam Yurnianti, 2008:2).

Wijana (dalam Yurnianti, 1996:1) menjelaskan bahwa semantik adalah bidang ilmu yang mengkaji makna satuan bahasa, mulai dari makna leksikal (makna kata) maupun makna gramatikal (makna struktur gramatikal) dari suatu bahasa. Lebih dari itu, semantik adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang makna yang bebas konteks atau makna yang bersifat lebih umum, tidak terikat pada situasi atau konteks tertentu. Hal tersebut meliputi konsep-konsep seperti sinonim, antonim, polisemi, hubungan semantik antarkata, struktur makna kalimat, dan makna leksikal yang terdalam. Dengan demikian, semantik memegang peran penting dalam memahami bagaimana terbentuknya sebuah makna dalam bahasa, bagaimana sebuah konteks dapat mempengaruhi interpretasi makna, serta bagaimana makna dipahami dan digunakan dalam berkomunikasi.

Penelitian ini bukanlah satu-satunya yang mengkaji tentang makna pada baliho calon legislatif. Terdapat peneliti-peneliti terdahulu yang mengkaji mengenai baliho kampanye dari calon legislatif dengan berbagai cabang ilmu lainnya. Penelitian terdahulu yang mengkaji tentang baliho yaitu dilakukan oleh (Prasetyo et al., 2018) dengan judul “Analisis Diksi dan Gaya Bahasa Pada Baliho

Kampanye Pemilu di Kabupaten Magetan Tahun 2018”, fokus dari kajian ini yaitu dalam penulisan baliho kampanye pemilu, yaitu pada penggunaan pemilihan kata dan gaya bahasa. menunjukkan hasil penelitian terkait penggunaan beragam diksi dan gaya bahasa. Dalam penggunaan diksi, temuan mencakup pemilihan kata dengan sinonim dan homofon, penggunaan kata dengan makna konkret dan abstrak, kata umum dan khusus, term asing, serta penggunaan kata yang populer dan yang lebih teknis. Selain itu, ditemukan juga pemakaian selogan, perbincangan, slang, serta bahasa promosi.

Penelitian terdahulu selanjutnya yaitu dikerjakan oleh (Purnengsih, 2017) dengan judul “Makna dan Pesan Dalam Baliho Pemilu Legislatif 2014 (Studi Kasus Partai Gerakan Indonesia Raya, Parta Demokrasi Indonesia Perjuangan, dan Partai Demokrat di Kota Bogor)”, fokus kajian ini adalah pada arti serta pesan yang disampaikan tersampaikan melalui baliho calon legislative dalam Pemilu tahun 2014. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pesan yang umumnya diungkapkan oleh para caleg dalam baliho mereka lebih condong pada upaya untuk memperlihatkan citra diri mereka. Citra tersebut dibungkus dengan berbagai simbol yang melibatkan aspek agama, pendidikan, serta semangat nasionalisme, yang disampaikan melalui metode persuasif.

Penelitian terdahulu selanjutnya yaitu dilakukan oleh Nur Fitriani, tahun 2015 yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Pada Slogan Caleg Periode 2014-2019 Di Kabupaten Lumajang”, fokus dari penelitian ini yaitu terdapat pada wacana kritis slogan dalam baliho caleg di Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa slogan-slogan yang digunakan oleh caleg di Kabupaten Lumajang memiliki hubungan erat dengan ideologi politik, yang mencerminkan

interaksi yang saling menguntungkan antara caleg dengan masyarakat pada kegiatan politik yang mereka lakukan. Peran penting dari faktor bahasa dalam menyampaikan ideologi politik. Bahasa politik yang digunakan oleh para caleg merupakan alat yang mereka gunakan dalam kampanye mereka. Bahasa ini sengaja dipilih dengan maksud tertentu, yaitu untuk mempengaruhi masyarakat agar mendukung ideologi yang diusung oleh caleg tersebut.

Dari ketiga penelitian sebelumnya, terlihat adanya perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada lokasi dilakukannya penelitian serta fokus kajian. Penelitian ini berlokasi di Malang Raya, peneliti memilih dilakukannya penelitian ini di wilayah Malang Raya karena jumlah baliho yang ada tersebar sudah cukup banyak untuk digunakan sebagai sebuah kajian sebab penggunaan diksi pada setiap baliho caleg tersebut cukup beragam dan bervariasi. Fokus dari penelitian ini yaitu terdapat pada bentuk diksi promosi dan fungsi dari diksi promosi yang terdapat dalam baliho calon legislatif di Malang Raya. Alasan dilakukannya penelitian ini karena dari tahun ke tahun bahasa akan selalu berubah, maksud, serta diksi yang digunakan juga berubah. Perubahan tersebut terjadi seiring dengan sistem politik dan konteks masyarakat yang berubah. Maka, penelitian ini bertujuan untuk memahami perkembangan dan perubahan penggunaan bahasa dalam baliho calon legislatif di wilayah Malang Raya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Penelitian ini akan membahas mengenai permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk diksi promosi dalam baliho caleg?
2. Bagaimana fungsi bahasa dalam baliho caleg?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan guna menguraikan serta menjelaskan bentuk diksi promosi pada baliho calon legislatif dan menjelaskan tentang fungsi bahasa yang digunakan dalam baliho calon legislatif.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Ada dua manfaat dari penelitian ini, yaitu.

#### **1. Manfaat Teoritis**

1. Meningkatkan pengetahuan dan memperkaya penelitian dalam bidang pemilihan kata.
2. Menemukan ragam baru terkait dengan bahasa pengiklanan.

#### **2. Manfaat Praktis**

1. Menambah wawasan penulis mengenai ilmu diksi dalam bahasa promosi.
2. Bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada topik serupa.

### **1.5. Definisi Operasional**

Terdapat beberapa pengertian operasional yang harus ditegaskan untuk menafsirkan istilah yang dipakai dalam studi ini, termasuk:

1. Bentuk diksi terdiri dari kata asing, slang, jargon, abstrak, konkrit, umum, khusus, ilmiah, populer, dan serapan.
2. Fungsi bahasa bisa diketahui berdasarkan pandangan pembicara, pemirsa, tema, peraturan, dan pesan (Chaer, 2010: 14).
3. Bahasa iklan/promosi adalah bahasa yang digunakan untuk menyampaikan berbagai jenis pesan mengenai suatu produk melalui berbagai media, baik elektronik ataupun cetak.

4. Pilihan kata atau diksi meliputi pemahaman tentang kata yang sesuai digunakan guna mengungkapkan suatu ide, bagaimana mengelompokkan kata maupun ungkapan yang sesuai, serta gaya bahasa yang paling cocok untuk situasi tertentu.
5. Makna adalah maksud dari percakapan, dampak dari satuan bahasa terhadap pemahaman, persepsi, serta tindakan yang dijalankan oleh satu orang atau sekelompok orang. (Kridalaksana, 2001:1993).
6. Semantik merupakan bidang ilmu bahasa yang meneliti makna dari satuan bahasa, baik itu kata, frasa, kalimat, atau teks secara lebih luas.

