

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa Indonesia memiliki peran penting sebagai sarana berpikir, berkomunikasi, dan membangun pengetahuan dalam kehidupan masyarakat. Sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen kognitif yang mendukung kemampuan berpikir logis, sistematis, dan kritis. Menurut Suryadi dkk. (2023), penguasaan bahasa yang baik berkontribusi terhadap kemampuan individu dalam memahami, mengolah, dan menyampaikan informasi secara tepat. Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang sesuai dengan kaidah kebahasaan menjadi aspek penting dalam berbagai bentuk komunikasi publik.

Salah satu bentuk komunikasi publik yang memerlukan penggunaan bahasa secara tepat adalah Iklan Layanan Masyarakat (ILM). ILM berfungsi sebagai media penyampaian informasi, edukasi, dan persuasi yang ditujukan untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Keberhasilan ILM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pesan dalam menjangkau dan dipahami oleh khalayak sasaran. Oleh sebab itu, bahasa yang digunakan dalam ILM harus disusun secara jelas, efektif, dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat.

Dalam bidang kesehatan, ILM memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan pencegahan penyakit, peningkatan kualitas hidup, dan perubahan perilaku masyarakat. Informasi kesehatan yang disampaikan melalui ILM harus mampu memberikan pemahaman yang benar agar masyarakat dapat mengambil keputusan yang tepat terkait kesehatan dirinya. Dengan demikian,

penggunaan bahasa dalam ILM kesehatan tidak hanya dituntut menarik perhatian khalayak, tetapi juga harus menjamin ketepatan makna pesan yang disampaikan.

Namun, praktik penggunaan bahasa dalam ILM kesehatan masih menunjukkan berbagai permasalahan kebahasaan. Salah satu permasalahan yang sering ditemukan adalah penggunaan struktur gramatikal yang tidak selaras dengan prinsip logika berbahasa atau yang dikenal sebagai dislogika. Fenomena ini tampak dalam bentuk hubungan antarklausa yang tidak tepat, penggunaan konjungsi yang tidak sesuai, serta konstruksi kalimat yang menimbulkan ambiguitas. Akibatnya, pesan yang disampaikan berpotensi dipahami secara berbeda oleh penerima informasi.

Temuan pra-penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa unsur-unsur dislogika masih ditemukan dalam sejumlah ILM kesehatan yang beredar di ruang publik. Beberapa pesan kesehatan menggunakan struktur kalimat yang kurang tepat sehingga hubungan makna antarbagiannya menjadi tidak jelas. Selain itu, terdapat penggunaan unsur kebahasaan yang menyebabkan pesan dapat ditafsirkan lebih dari satu makna. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas kebahasaan dalam ILM kesehatan masih memerlukan perhatian yang lebih serius.

Keberadaan dislogika dalam pesan kesehatan berpotensi menimbulkan dampak yang signifikan terhadap efektivitas komunikasi. Pesan yang tidak disusun secara logis dapat menyebabkan kesalahpahaman, mengurangi ketepatan informasi yang diterima masyarakat, dan menghambat tujuan edukatif yang ingin dicapai. Dalam konteks kesehatan, kesalahan pemahaman terhadap suatu pesan dapat berimplikasi pada perilaku masyarakat yang kurang sesuai dengan tujuan program kesehatan yang disampaikan.

Selain berdampak pada pemahaman masyarakat, dislogika juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap informasi kesehatan. Masyarakat cenderung lebih mudah menerima informasi yang disampaikan secara jelas dan konsisten. Sebaliknya, pesan yang ambigu atau mengandung hubungan logis yang tidak tepat dapat menimbulkan keraguan terhadap kredibilitas informasi tersebut. Oleh karena itu, kualitas struktur bahasa menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan komunikasi kesehatan.

Menurut Pratiwi (2022), dislogika tidak dapat dipahami semata-mata sebagai kesalahan berbahasa pada tingkat individual. Dislogika juga dapat berkembang menjadi persoalan yang lebih luas karena memengaruhi pola penalaran dalam komunikasi sosial. Ketika bentuk-bentuk penalaran yang tidak logis terus digunakan dan diterima dalam masyarakat, kualitas nalar publik dapat mengalami penurunan. Oleh sebab itu, kajian mengenai dislogika menjadi penting untuk mendukung terciptanya komunikasi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Dalam perspektif sosial, bahasa memiliki peran yang lebih luas daripada sekadar alat penyampai informasi. Bahasa turut membentuk cara masyarakat memahami realitas dan merespons berbagai persoalan yang dihadapi. Soedjito (2014) menjelaskan bahwa struktur kebahasaan yang digunakan dalam komunikasi dapat memengaruhi persepsi, pola pikir, dan tindakan sosial masyarakat. Dengan demikian, penggunaan struktur bahasa yang tidak logis dalam komunikasi publik berpotensi membentuk pemahaman yang kurang tepat terhadap suatu realitas sosial.

Fenomena tersebut terlihat dalam penggunaan bahasa pada berbagai ILM kesehatan yang mengedepankan unsur persuasi. Untuk menarik perhatian masyarakat,

pesan kesehatan sering disusun dalam bentuk yang ringkas, sederhana, dan mudah diingat. Akan tetapi, upaya penyederhanaan tersebut terkadang menyebabkan terjadinya pengabaian terhadap ketepatan struktur gramatikal. Akibatnya, pesan menjadi lebih mudah diterima, tetapi berisiko kehilangan kejelasan makna yang seharusnya dipertahankan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya dilema antara efektivitas komunikasi dan ketepatan kebahasaan. Di satu sisi, ILM kesehatan harus mampu menyampaikan pesan secara singkat dan menarik agar mudah dipahami masyarakat. Di sisi lain, pesan yang disampaikan tetap harus memenuhi prinsip logika dan kaidah bahasa agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dilema ini menjadikan kajian mengenai dislogika dalam ILM kesehatan sebagai topik yang relevan untuk diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis dislogika struktur gramatikal dalam Iklan Layanan Masyarakat bidang kesehatan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk-bentuk dislogika yang muncul dalam pesan kesehatan serta menjelaskan implikasinya terhadap kejelasan dan efektivitas komunikasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian kebahasaan, khususnya dalam bidang analisis wacana dan komunikasi kesehatan, serta menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan pesan kesehatan yang lebih efektif dan sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1.2.1 Bagaimanakah kategori dislogika bahasa Iklan Layanan Masyarakat di bidang etika komunikasi kesehatan?

1.2.2 Bagaimanakah bentuk kesalahan penyusunan kalimat efektif bahasa Iklan Layanan Masyarakat di bidang etika komunikasi kesehatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1.3.1 Mendeskripsikan kategori dislogika bahasa Iklan Layanan Masyarakat di bidang etika komunikasi kesehatan.

1.3.2 Mendeskripsikan bentuk kesalahan fungsi sintaksis bahasa Iklan Layanan Masyarakat di bidang etika komunikasi kesehatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan tujuan penelitian tersebut, dapat diperoleh manfaat teoretis maupun praktis sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini dapat menambah informasi dalam bidang linguistik, khususnya logika bahasa dan sintaksis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain.

1.4.2.1 Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah wawasan baru mengenai dislogika struktur gramatikal Iklan Layanan Masyarakat (ILM) di bidang etika komunikasi kesehatan.

1.4.2.2 Bagi Orang Tua

Penelitian ini dapat membantu orang tua memahami lebih dalam mengenai dislogika struktur gramatikal Iklan Layanan Masyarakat (ILM) di bidang etika komunikasi kesehatan, sehingga dapat memberikan stimulus yang baik.

1.4.2.3 Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat diterapkan untuk meningkatkan pemahaman linguistik kontekstual melalui analisis teks media, mengembangkan kompetensi dalam menyusun konten kesehatan yang efektif, serta memperkaya referensi untuk penulisan karya ilmiah seperti skripsi dan tesis di bidang linguistik terapan dan komunikasi kesehatan.

1.4.2.4 Bagi Dosen

Penelitian ini dapat membantu dosen memahami lebih dalam mengenai dislogika struktur gramatikal Iklan Layanan Masyarakat (ILM) di bidang etika komunikasi kesehatan, sehingga dosen dapat menyesuaikan kriteria tersebut.

1.4.2.5 Bagi Peneliti Lainnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai dislogika struktur gramatikal Iklan Layanan Masyarakat (ILM) di bidang etika komunikasi kesehatan.

1.5 Asumsi Penelitian

Penelitian ini berasumsi bahwa:

Pertama, fenomena dislogika struktur gramatikal dalam Iklan Layanan Masyarakat (ILM) kesehatan merupakan bentuk strategi komunikasi yang disengaja dan terencana, bukan sekadar kesalahan berbahasa. *Kedua*, diyakini bahwa terdapat pola-pola tertentu dari dislogika struktur gramatikal yang dapat diidentifikasi dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan fungsinya dalam pesan kesehatan. *Ketiga*, diasumsikan bahwa penggunaan dislogika struktur gramatikal tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan efektivitas pemahaman pesan kesehatan di kalangan masyarakat. *Keempat*, diyakini bahwa faktor-faktor kontekstual seperti karakteristik audiens, kompleksitas materi kesehatan, dan media distribusi iklan memengaruhi bentuk dan tingkat dislogika struktur gramatikal yang digunakan. *Kelima*, diasumsikan bahwa analisis terhadap fenomena dislogika ini dapat dilakukan secara komprehensif melalui pendekatan analisis wacana kritis dan analisis konten yang terstruktur. *Keenam*, diyakini bahwa temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan strategi komunikasi kesehatan yang lebih efektif di masa depan.

1.6 Definisi Istilah

1.6.1 Dislogika Struktur Gramatikal

Dislogika struktur gramatikal merupakan struktur gramatikal yang tidak logis atau menyimpang dari aturan tata bahasa standar dalam bahasa iklan layanan masyarakat, khususnya di bidang etika komunikasi kesehatan, yang digunakan untuk tujuan persuasif meskipun melanggar prinsip logika linguistik.

1.6.2 Struktur Gramatikal

Struktur gramatikal mengacu pada susunan kata dan frasa yang membentuk satuan kalimat yang gramatikal menurut sistem bahasa Indonesia, mencakup aspek sintaksis seperti pola SPOK, penggunaan kata tugas, penanda waktu, serta hubungan antarunsur dalam kalimat.

1.6.3 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat merupakan pesan komunikasi yang disampaikan melalui berbagai media dengan tujuan memberikan informasi, edukasi, dan motivasi kepada masyarakat mengenai isu-isu kesehatan tanpa muatan komersial, yang dalam penelitian ini difokuskan pada Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang diproduksi oleh instansi pemerintah maupun organisasi non-profit bidang etika komunikasi kesehatan.