

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini bermunculan media cetak, yaitu iklan, imbauan lalu lintas, atau kampanye pemilihan anggota dewan, terutama imbauan mengenai Covid-19. Baliho dan *banner* juga sebagai sarana atau media untuk menyampaikan suatu informasi kepada para pembaca. Meskipun kini perkembangan zaman sudah semakin maju, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak orang yang menggunakan jasa untuk memasang iklan pada baliho dan *banner*. Hal-hal tersebut biasanya terdapat pada baliho dan *banner* yang menghiasi sepanjang jalan, salah satunya adalah daerah Waru. Tidak jarang setiap dua meter ada baliho ataupun *banner* yang terpampang di sepanjang jalan. Terkadang hal tersebut membuat para pengguna jalan agak merasa risih karena pemasangan baliho dan *banner* dengan ukuran yang besar. Dapat diketahui melalui iklan, imbauan lalu lintas, pemilihan anggota dewan dan imbauan mengenai menjaga kebersihan pada saat pandemi saat ini yang mungkin saja dibutuhkan informasinya apabila tidak sempat membaca atau melihatnya di media lain. Menggunakan media ini dapat dikatakan bahwa cukup berpengaruh bagi pembaca, misalnya seperti imbauan pentingnya menjaga kebersihan dan menjaga jarak saat di tempat umum.

Dikarenakan saat ini muncul adanya wabah Covid-19 yang ada di seluruh dunia, bahkan termasuk Indonesia dengan adanya pandemi seperti itu, marak atau banyak baliho dan *banner* mengenai imbauan kepada masyarakat untuk tetap menjaga kesehatan dan kebersihan. Dapat ditemukan di sepanjang jalan akan banyak imbauan yang mengingatkan masyarakat untuk selalu waspada, salah satunya dengan memberikan imbauan melalui baliho dan *banner*. Tetapi dalam imbauan tersebut tidak hanya berisikan tulisan saja, tetapi ada juga untuk memberikan cara atau langkah-langkah untuk mencuci tangan yang benar. Tetapi, baliho dan *banner* tidak

hanya memuat mengenai Covid-19 , melainkan masih banyak juga imbauan atau iklan yang terdapat di baliho dan *banner* tersebut. Hanya saja saat ini baliho dan *banner* banyak memuat mengenai imbauan mengenai Covid-19. Dengan adanya imbauan seperti itu akan membantu masyarakat untuk selalu menjaga kebersihan dan kesehatannya selalu.

Tidak terkecuali, di Kota Surabaya dan Sidoarjo juga tidak luput dari penggunaan jasa untuk baliho dan *banner*. Di kota besar seperti Surabaya juga terdapat banyak baliho dan *banner* bahkan di daerah perbatasan antara Surabaya dan Sidoarjo dan jalan yang sering dilalui oleh penulis. Seringkali dijumpai di jalanan manapun selalu terdapat papan besar baliho dan *banner*. Terutama di daerah pusat perbelanjaan banyak sekali *banner* yang terlihat mempromosikan suatu produk untuk menarik minat masyarakat dan juga saat ini selalu ada imbauan untuk selalu waspada saat di tempat umum dan keramaian. Teks yang terdapat pada baliho dan *banner* memang faktanya menyesuaikan dengan konteks yang sedang terjadi di masyarakat. Misalnya seperti pada saat mengunjungi suatu tempat maka disana akan ada imbauan atau peringatan untuk masyarakat. Lalu, pada saat di tempat tertentu juga dapat ditemukan imbauan tersebut.

Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat sebuah teks dalam baliho maupun *banner* yang bisa kapan saja menyesuaikan sebuah kebutuhan pengguna jasa dan masyarakat. Sebuah iklan dalam baliho maupun *banner* pasti tidak luput dari sebuah teks. Dalam sebuah teks harus terdapat sebuah kesinambungan antara teks satu dengan lainnya. Sebuah teks dapat ditemukan dimana saja dan pada media apapun. Media yang saat ini semakin berkembang pesat, misalnya media *online*, media elektronik, atau media cetak.

Makna dari teks adalah semacam bahan tulisan yang di dalamnya berisi materi tertentu atau sebuah informasi. Dapat juga teks diinformasikan sebagai pesan yang menggunakan tanda berupa verbal ataupun visual. Oetomo (dalam Mulyana, 2005:9) mengemukakan teks lebih sering diartikan pada bahasa tulis, sedangkan wacana diartikan sebagai wacana dengan bahasa lisan atau tuturan. Teks juga biasanya lebih

sering disebut sebagai bentuk wacana tulis, karena sebenarnya teks merupakan esensi dari sebuah bentuk bahasa. Sehubungan dengan hal tersebut, disebut dengan teks tulis dikarenakan mengacu pada sebuah pemikiran manusia yang sudah diwujudkan ke dalam bentuk sebuah karya tulis. Sedangkan disebut sebagai teks lisan adalah apabila ungkapan dari sebuah pemikiran yang dituturkan atau didengarkan. Teks terdiri atas kumpulan beberapa huruf guna menyusun sebuah kalimat dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga teks tersebut saat dibaca mampu menyampaikan maksud didalamnya. Dalam sebuah teks akan selalu melibatkan partisipan yang mengacu pada pihak yang terlibat dan peristiwa yang terdapat dalam teks, yaitu pengarang dan pembaca atau petutur dan mitra tutur. Pada dasarnya sebuah teks tidak dapat terlepas dari teks lainnya atau teks yang mengikutinya.

Sebuah teks tidak luput dari koteles, yakni sebuah teks yang mempunyai sifat setara dan saling berkesinambungan teks yang satu dengan yang lainnya. Adanya struktur wacana yang terdapat koteles, hal tersebut mencerminkan bahwa teks dengan struktur lainnya memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya. Seperti dalam suatu bentuk teks yang panjang, maka sering terdapat banyak kata yang harus dicari maknanya pada bagian kata yang lain, agar lebih mudah memahami makna dari teks tersebut. Koteles juga dapat dianggap sebagai alat bantu dalam sebuah teks dan wacana yang berfungsi untuk lebih mudah memahami dan menganalisis sebuah wacana. Sehubungan dengan itu, koteles menjadi sebuah penghubung antara teks satu dengan teks lainnya supaya dapat membantu pembaca untuk memahami sebuah teks dan wacana. Dengan adanya koteles dapat dikatakan bahwa hal tersebut menjadikan suatu wacana menjadi utuh dan lengkap.

Selain ada teks dan koteles, terdapat pula konteks yang memang tidak mampu lepas dari wacana dan teks. Situasi ataupun keadaan terjadinya sebuah komunikasi merupakan pemahaman dari konteks. Mulyana (2005:21) berpendapat bahwa konteks menganggap penyebab munculnya dan penyebab berlangsungnya sebuah komunikasi. Konteks memegang peranan penting dalam setiap wacana dan teks yang ada, karena konteks dapat membantu untuk menafsirkan sebuah wacana dan teks yang

ada. Sehubungan dengan hal tersebut, nyatanya memang konteks berpengaruh terhadap konteks yang ada pada penggunaan teks baliho dan *banner*. Dengan adanya konteks pada teks dan wacana, dapat diketahui bagaimana keadaan atau situasi yang dijelaskan pada teks dan wacana yang ada. Konteks dapat digambarkan adalah segala-galanya dalam sebuah teks dan wacana, karena tanpa adanya konteks di dalamnya maka sebuah teks tidak akan lengkap dan hal tersebut membuat pembaca atau partisipan yang ada menjadi tidak paham mengenai situasi yang ada.

Konteks tidak terdapat pada sebuah teks saja, melainkan juga dapat ditemukan pada percakapan atau dialog. Banyak peranan sebuah konteks dalam sebuah wacana dan teks yang sering ditemukan, diperlukan sebuah pemahaman pada teks, wacana, dan dialog maka perlu untuk mendalami konteks berlangsungnya sebuah wacana. Pengertian mengenai sebuah konteks wacana dan teks dibutuhkan cara guna menelaah sebuah wacana dan teks. Semua yang berkaitan dengan wacana dan teks, entah itu berkaitan dengan arti, maksud, ataupun informasi, bergantung dengan konteks yang menjadi penyebab situasi dan peristiwa tersebut. Salah satu bagian konteks yang berpengaruh terhadap wacana dan teks adalah waktu dan tempat. Karena dengan adanya informasi mengenai waktu dan tempat, maka dapat diketahui kapan dan dimana situasi tersebut sedang terjadi, dan apa yang melatarbelakanginya. Untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh mengenai sebuah wacana dan teks yang ada, konteks harus dipahami dan dianalisis secara mutlak. Moeliono dan Samsuri (dalam Mulyana, 2005:23) mengemukakan bahwa konteks terdapat beberapa hal, yaitu partisipan, situasi, tempat, waktu, peristiwa, adegan, topik, amanat, kode, bentuk, dan saluran. Hal tersebut juga dapat terjadi pada sebuah teks dan wacana yang terdapat pada baliho dan *banner*.

Atas dasar hal tersebut, disampaikan perihal peranan teks, konteks, dan konteks yang terdapat dalam media cetak baliho dan *banner* di daerah Waru. Dikarenakan media tersebut banyak ditemui di lokasi terbuka yang mudah dipandang oleh masyarakat seperti di pinggir jalan, di lokasi yang ramai, dan tempat khusus lainnya. Maka fenomena ini dipandang unik karena teks pada baliho dan *banner* memiliki

banyak sekali unsur-unsur yang terkandung di dalamnya, meskipun hanya sebuah media baliho dan *banner*. Mungkin sering dianggap sebelah mata oleh masyarakat terkait hal tersebut, tetapi apabila dikaji terdapat hal yang unik dan mungkin tidak akan disadari masyarakat lainnya. Dengan adanya fenomena diatas, penulis memandang bahwa ada aspek wacana yang cukup menarik untuk dikaji. Alasan memilih media baliho dan *banner* adalah karena media tersebut banyak ditemukan dimanapun, juga masih banyak pengguna jasa yang menggunakan media tersebut untuk memasang sebuah iklan dan informasi lainnya, meskipun media sosial saat ini lebih diminati oleh masyarakat tetapi media cetak tetap dibutuhkan. Dikarenakan masyarakat juga tidak selalu menggunakan media sosial secara terus menerus dan peranan media cetak seperti baliho dan *banner* dapat berguna saat berada di luar ruangan, terkadang informasi yang terdapat dalam media cetak belum tentu dapat ditemukan dalam media sosial. Media baliho yang memiliki ukuran pada umumnya adalah 4×6 meter dapat memudahkan masyarakat untuk melihat dan membaca teks pada media tersebut yang letaknya berada di luar ruangan, seperti peneliti yang melakukan pengambilan data di daerah Waru. Sedangkan untuk media *banner* memiliki ukuran pada umumnya adalah 60cm × 160cm, 80cm × 180cm sehingga masyarakat dapat menemukan media tersebut di dalam ruangan dan luar ruangan. Baliho dan *banner* menurut peneliti hal tersebut cukup unik dan penting, karena menurut penulis sejauh ini masih jarang ada yang membahas kajian ini untuk dilakukan sebuah penelitian.

Dalam hal ini berdasarkan latar belakang pada bagian terdahulu, maka digunakannya objek baliho dan *banner* untuk merumuskan sebuah masalah peranan dan penggunaan teks, koteks, dan konteks pada objek tersebut. Dikarenakan saat ini banyak media promosi yang memanfaatkan media cetak dan elektronik, termasuk media cetak berupa baliho dan *banner* yang saat ini banyak peminatnya untuk mempromosikan barang atau jasa pengguna agar menarik perhatian para pembaca. Berkaitan dengan hal tersebut, penggunaan teks, koteks, dan konteks pada baliho dan *banner* perlu diperhatikan agar para pembaca dapat memahami makna atau pesan

yang disampaikan melalui media tersebut. Seperti baliho dan *banner* yang berada di daerah Waru, juga perlu diperhatikan teks, koteks, dan konteksnya karena hal tersebut akan selalu berkaitan dalam penggunaan media apapun. Berdasarkan uraian tersebut, penting dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Wacana Covid-19 Pada Baliho Dan *Banner* Di Daerah Waru”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan dua masalah, yaitu:

Bagaimanakah penggunaan teks, koteks, dan konteks Covid-19 pada baliho dan *banner* di daerah Waru?

1.3 Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan penggunaan penggunaan teks, koteks, dan konteks Covid-19 pada baliho dan *banner* di daerah Waru.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini mampu bermanfaat bagi pembaca dan peneliti baik itu secara teoretis dan praktis. Hasil dari penelitian ini mampu mempunyai manfaat sebagai berikut.

1.4.2 Manfaat Teoretis

Manfaat penelitian secara teoretis ini bermanfaat mampu menambah pengaplikasian di bidang ilmu analisis wacana khususnya teori tentang teks, koteks,

dan konteks, juga sebagai contoh pengaplikasian pada teori analisis wacana yang mampu digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian berikutnya.

1.4.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti berikutnya untuk menambah wawasan tentang teks, koteks, dan konteks pada sebuah media cetak. Hasil penelitian ini bermanfaat sebagai referensi maupun bacaan ilmiah bagi peneliti yang lainnya untuk mengkaji lebih dalam tentang teks, koteks, dan konteks.

1.5 Asumsi Penelitian

Pandangan peneliti dari penelitian ini adalah penggunaan teks, koteks, dan konteks pada media baliho dan *banner* mampu menjelaskan bahwa sebuah kajian wacana dapat ditemukan di media cetak yang sering dijumpai. Dengan jangkauan penelitian pada daerah Waru dapat menjadi batasan. Sehubungan dengan itu, apabila dalam media cetak baliho dan *banner* tidak terdapat teks, koteks, dan konteks maka sebuah wacana tidak akan menjadi wacana yang utuh dan hal tersebut akan berpengaruh kepada pemahaman maupun penyampaian makna yang tidak seutuhnya. Pentingnya penggunaan teks, koteks, dan konteks juga dapat membantu para pembaca untuk mengetahui tujuan, pesan ataupun makna yang disampaikan dari media baliho dan *banner* tersebut. Pembaca akan terbantu dengan adanya sebuah teks atau wacana yang utuh, dengan begitu para pembaca tidak kesusahan untuk mencari informasi yang diperlukan karena adanya iklan atau informasi pada baliho dan *banner* akan membantu pembaca untuk mengetahui informasi tersebut.

1.6 Definisi Operasional

Supaya lebih memudahkan pemahaman terhadap penelitian ini, penulis akan mendefinisikan istilah yang terdapat dalam penelitian ini, maka beberapa hal yang sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1.6.1** Teks merupakan esensi dari wujud bahasa, atau dapat dikatakan teks direalisasikan dalam bentuk sebuah ‘wacana’. Teks tidak lebih dari kumpulan beberapa huruf yang dapat membentuk sebuah kata dan kalimat yang dirangkai sedemikian rupa sehingga teks tersebut ketika dibaca dapat mengungkapkan makna yang dikandungnya.
- 1.6.2** Koteles merupakan sebuah teks yang bersifat setara dan mempunyai kesinambungan antara teks yang satu dengan yang lain. Koteles dapat berada di bagian awal atau mendahului dan bagian belakang ataupun mengiringi.
- 1.6.3** Konteks merupakan situasi ataupun keadaan berlangsungnya sebuah komunikasi. Mulyana (2005:21) berpendapat bahwa konteks mampu diduga sebagai penyebab munculnya, juga menjadi alasan berlangsungnya sebuah komunikasi.
- 1.6.4** Penggunaan teks, koteles, dan konteks pada baliho dan *banner* adalah paparan mengenai penggunaan teks pada media cetak tersebut yang bertujuan agar pembaca dapat mengetahui makna, informasi, tujuan yang disampaikan dalam baliho dan *banner* melalui teks, koteles, dan konteks.
- 1.6.5** Imbauan mengenai protokol kesehatan Covid-19 banyak ditemukan pada media sosial ataupun media cetak. Imbauan yang terdapat pada baliho dan *banner* adalah masyarakat harus menaati peraturan 5M yang telah ditetapkan.