

IMPLICATURE CONVERSATION ON CIGARETTE ADVERTISEMENTS ON NATIONAL PRIVATE TELEVISION BROADCAST

Hapizah¹, Mangatur Sinaga², Charlina³

Senjakemerahan@gmail.com, Mangatur.sinaga83162@gmail.com, charlinahadi@yahoo.com,
Phone Number: 085265962345

*Indonesian Language and Literature Education
Department of Language and Art Education
Faculty of Teacher Training and Education
Riau University*

Abstrak: *This study titled is Implicature Conversation on Cigarette Advertisements on National Private Television Broadcast. This study aims to describe the type of implicature, and the implicit speech functions contained in cigarette advertisement on national private television broadcast. This research's type was a descriptive-qualitative research. The data were obtained by uninvolved conversation observation method, recording technique, and note taking. The method of data analysis used is research qualitative method. To test the validity of the data used reference collection and discussion. The results of this research show that, first, the type of implicature in cigarette advertisement on national private television broadcast, that is a) general conversation implicature b) special conversation implicature and b) conventional implicature; second, the function of the implies implies in the cigarette national private television broadcast, that is a) statement, b) information, c) quip, d) advised and e) invited.*

Key Words: *Implicature, The Implicit Speech Functions, Cigarette Advertisement*

IMPLIKATUR PERCAKAPAN DALAM IKLAN ROKOK DI SIARAN TELEVISI SWASTA NASIONAL

Hapizah¹, Mangatur Sinaga², Charlina³

Senjakemerahan@gmail.com, Mangatur.sinaga83162@gmail.com, charlinahadi@yahoo.com,
Nomor HP: 085265962345

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak: Penelitian ini berjudul implikatur percakapan dalam iklan rokok di siaran televisi swasta nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis implikatur, dan fungsi tuturan berimplikatur yang terkandung dalam iklan rokok di siaran televisi swasta nasional. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data diperoleh dengan metode simak catat. Metode analisis data menggunakan metode penelitian kualitatif. Uji keabsahan data menggunakan teknik pengumpulan referensi dan diskusi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, jenis implikatur dalam iklan rokok di siaran televisi swasta nasional, yaitu a) implikatur percakapan umum, b) implikatur percakapan khusus c) implikatur konvensional; kedua, fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan rokok iklan rokok di siaran televisi swasta nasional, yaitu a) menyatakan, b) menginformasikan c) menyindir, d) menasehati, dan e) mengajak.

Kata Kunci: Implikatur, Fungsi Tuturan Berimplikasi, Iklan Rokok

PENDAHULUAN

Iklan merupakan komunikasi tidak langsung yang menjadi media penghubung antara produsen dengan konsumen dalam menawarkan barang atau jasa dengan lebih efisien. Iklan bisa dijumpai pada berbagai media, salah satunya televisi. Televisi merupakan media audiovisual yang berbeda dengan media lain. Sehingga televisi memiliki kekuatan informatif persuasif yang lebih di bandingkan dengan media lainnya, karena media televisi menyatukan fungsi audio, visual, yang dapat bergerak.

Bahasa dalam iklan bisa beragam dan bisa menimbulkan sebuah implikatur percakapan yang menarik. Untuk mengerti maksud dari bahasa iklan seseorang harus mengetahui konteks situasi. Apabila seseorang tidak mengetahui konteks situasi, bisa saja maksud tuturan yang diimplikasikan tidak sama dengan apa yang dikehendaki oleh iklan sehingga perlu adanya kerjasama supaya pelaku pertuturan mengerti maksud tuturan yang dituturkan. Kerjasama yang dimaksudkan adalah pengetahuan latar belakang dan konteks situasi. Konteks situasi itu bisa berupa tempat, waktu, kebudayaan, dan sebagainya.

Iklan rokok selalu terlihat menarik dengan kemasan yang berbeda dengan iklan yang lain. Cerita dan *tagline* iklan rokoklah yang membuat iklan ini berbeda dengan iklan lain. Iklan-iklan lain akan lebih mengekspose produk yang diiklankan, sedangkan iklan rokok akan lebih mengekspos *tagline* yang ingin diusung. *Tagline* dalam iklan rokok inilah yang mengandung tuturan. Tuturan yang terkandung dalam iklan rokok ini tentunya banyak mengandung implikatur, sehingga *tagline* yang terdapat dalam iklan rokok bisa mengandung berbagai penafsiran.

Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan (1) jenis implikatur percakapan dalam iklan rokok di televisi swasta nasional, dan (2) fungsi tuturan berimplikatur yang terdapat dalam iklan rokok di televisi swasta nasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif adalah penelitian dengan menggambarkan masalah sesuai dengan fakta yang sebenarnya, sedangkan penelitian kualitatif merupakan penelitian memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Data dalam penelitian ini adalah tuturan iklan rokok di siaran televisi swasta nasional yang diindikasikan mengandung implikatur percakapan. Teknik penelitian Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah teknik simak, dan catat. Dalam kegiatan penelitian tersebut, untuk menganalisis data guna mencapai tujuan penelitian penulis menggunakan beberapa teknik analisis data. Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut: (1) menyimak tuturan yang terdapat dalam iklan rokok, (2) mentranskrip tuturan yang terdapat dalam iklan rokok, (3) inventarisasi data ke dalam kartu data, (4) mengidentifikasi jenis dan fungsi tuturan berimplikatur yang terdapat dalam iklan rokok, (5) menganalisis jenis dan fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan rokok, (6) menyimpulkan dan menjawab fokus penelitian, (7) memaparkan hasil analisis, dan 8) Menyusun laporan hasil analisis dalam suatu penelitian yang disebut skripsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis implikatur yang ditemukan dalam penelitian ini adalah implikatur percakapan umum, implikatur percakapan khusus dan implikatur konvensional. Ditemukan satu tuturan yang termasuk ke dalam jenis implikatur konvensional dan limabelas tuturan termasuk ke dalam jenis implikatur percakapan khusus dan sebanyak tigapuluh dua tuturan termasuk ke dalam jenis implikatur percakapan umum.

Fungsi tuturan berimplikatur yang ditemukan dalam penelitian ini menyatakan, menginformasikan, menyindir, menasehati, dan mengajak. Fungsi tuturan menyatakan, ditemukan sejumlah limabelas tuturan, sedangkan Sedangkan fungsi tuturan berimplikatur menginformasikan sebanyak sembilan tuturan. Lalu fungsi tuturan berimplikatur menyindir sebanyak tujuh tuturan. Kemudian fungsi tuturan berimplikatur menasehati sebanyak enam tuturan. Dan fungsi tuturan berimplikatur mengajak sebanyak empat tuturan. Sedangkan fungsi tuturan berimplikatur memberi selamat atau duka, memerintah, memohon, membiarkan, menanyakan, menyetujui dan menolak tidak ditemukan.

HASIL

Jenis Implikatur yang terdapat dalam Iklan Rokok Di Siaran Televisi Swasta Nasional.

Implikatur Konvensional

(1) Konteks : seorang politisi dicerna pertanyaan para wartawan terkait hal yang menimpa masyarakat. Politisi yang tidak memiliki pengetahuan yang memadai terkait masalah yang sedang diperbincangkan memilih meninggalkan para wartawan yang berdesakan. Secara tak sengaja dia menendang sebuah teko antik, yang kemudian mengeluarkan sesosok jin. Jin lalu menanyakan permintaan politisi. Diapun menjawab ingin menjadi calon legislatif yang cerdas. Kemudian jin menerawang otak calon legislatif, akantetapi bukannya ilmu pengetahuan dan wawasan yang memenuhi otak calon legislatif, tapi hanya suara jangkrik. Jin merasa kesal lalu menuturkan ” *jangkrik, otak kosong gitu imposebel*”

Tuturan ”*jangkrik*” tersebut merupakan implikatur konvensional, karena kata *jangkrik* berkonotasi dengan kata sunyi senyap. Semua orang tahu, jika penggunaan kata *jangkrik* untuk menggambarkan situasi sunyi. Penuturan kalimat *jangkrik, otak kosong gitu imposebel*”. Mengimplikasikan (1) otak politisi sepi, tidak ada wawasan, dan (2) politisi tidak dapat menjadi caleg yang cerdas, karena dalam otaknya tidak ada apa-apa. (No. Data: 11)

Implikatur Percakapan Umum

(2) Konteks: Iklan dimulai dengan sekelompok lelaki memainkan olahraga air, seperti berselancar dan menyelam. Kemudian Narrator menuturkan ”*I dare you*”. Tuturan tersebut merupakan implikatur percakapan umum karena tidak dibutuhkan

konteks khusus untuk memahami maksud tuturan. Penuturan kata "*I dare you*" artinya aku *menantangmu* memunculkan implikatur percakapan: (1) orang-orang yang berada dalam iklan menantang pemirsa untuk melakukan apa yang mereka lakukan, dan (2) produsen menantang pemirsa untuk mengkonsumsi rokok. (No. Data: 02)

Implikatur Percakapana Khusus

(3) Peristiwa tutur yang terjadi pada pada (2) dan (3) merupakan implikatur percakapan khusus. Penuturan kata *lemper* pada data no 27 memunculkan implikatur percakapan. Lemper merupakan makanan yang terbuat dari ketan yang dibungkus dengan daun pisang. Rokok *Sampoerna Hijau* memiliki citra hijau, sehingga sama seperti lempeng sehingga kata "*lemper*" memunculkan implikatur percakapan (1) makanan dan (2) rokok *Sampoerna Hijau*. Sama halnya dengan penuturan "*Hidup bambu ijo*" pada data no 16 juga memunculkan implikatur percakapan. Bambu ijo merupakan tanaman berwarna hijau. Penggunaan kata bambu ijo mengimplikasikan (1) bambu (2) rokok *Sampoerna hijau*.

Tuturan yang dituturkan P1 dalam data no 27 "*Nah ini pilihanku, pasti nikmat dari dulu, nikmat*" menimbulkan implikatur percakapan yaitu: (1) walaupun banyak pilihan, P1 tetap memilih rokok *Sampoerna Hijau*, (2) P1 sejak dulu memilih rokok *Sampoerna Hijau* karena nikmat, dan (3) Meskipun banyak produk baru rokok yang baru diluncurkan, tetapi rokok *Sampoerna Hijau* tetap konsisten dengan kenikmatannya.

Fungsi Tuturan Berimplikatur dalam Iklan Rokok Di Siaran Televisi Swasta Nasional.

Fungsi Tuturan berimplikatur Menyatakan

Konteks: Seseorang memilih bumbu-bumbu khas Indonesia. Lalu narator menuturkan *Warisan budaya bangsa hadir, dari bahan-bahan berkualitas untuk nikmatnya cita rasa. Wismilak yang bernilai tak pernah berubah*. Fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan *Wismilak* adalah untuk menginformasikan. Iklan rokok *Wismilak* dibuat untuk menginformasikan jika rokok *Wismilak* dibuat dari bahan-bahan yang diwariskan bangsa untuk mendapatkan rokok bercita rasa kualitas terbaik. Rasa yang tak pernah berubah karena tetap terjaga cita rasa kualitasnya dari masa ke masa.

Fungsi Tuturan berimplikatur Menginformasikan

Konteks: Sekelompok orang berlarian di jalan, saat seseorang membuka gulungan emas, mendadak semua orang berhenti. Lalu narator menuturkan :"*Saat yang dijaga sempurna dinikmati, dunia seakan berhenti*. 234 *Super Premium* yang berharga dijaga sempurna". Fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan rokok 234 *Super Premium* adalah menginformasikan jika rokok 234 *Super Premium* rokok yang kualitasnya dijaga untuk menjaga kualitasnya, karena rokok 234 *Super Premium* berharga.

Fungsi Tuturan berimplikatur Menyindir

Konteks: Sekelompok orang bermain olahraga air, seperti kayak, dan paralayang. Narator menuturkan *I dare you*. Pada data no 02 ditemukan fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan ini yaitu menyindir. *Berani nggak* begitulah pesan yang ingin di sampaikan iklan Djarum Super pada orang-orang yang tetap memilih berada dalam zona nyaman hidup. Tidak berani mengambil tantangan yang beresiko besar, atau tantangan yang mungkin bisa merubah hidup. .

Fungsi Tuturan berimplikatur Menasehati

Konteks: Seorang lelaki bermain bilyard. Saat tongkat bilyar menyentuh bola dan memecah kumpulan bola yang membentuk segitiga. fungsi tuturan berimplikatur yang ditemukan dalam iklan *L.A Light* adalah menasehati. Tuturan "*jangan mau dipecah*" mengingatkan masyarakat tanah air jika kita adalah sebuah satu kesatuan utuh dengan beragam perbedaan, seperti bola bilyard yang berwarna-warni tapi bersatu, namun akan pecah jika dipukul.

Fungsi Tuturan berimplikatur Mengajak

Konteks: Kampung ijo sedang merayakan ulang tahun ke-50, warga desa berkumpul untuk perayaan. Lurah pun memberikan persembahan berupa patung dirinya, namun saat terkena hembusan angin patungnya patah. Warga desa kemudian membuat gerbang dari bambu yang kokoh. Lalu narator menuturkan *Sampoerna, nikmatnya rame-rame*. pada data no 16 fungsi tuturan berimplikatur yang ditemukan dalam iklan rokok *Sampoerna Hijau* adalah mengajak. Iklan *Sampoerna Hijau* mengajak pemirsa untuk berbagi, karena menikmati rokok *Sampoerna Hijau* jika bersama teman-teman akan terasa lebih nikmat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dari ketiga jenis implikatur sering ditemukan adalah implikatur percakapan umum. Implikatur percakapan umum memiliki jumlah tuturan yang mengandung implikatur percakapan umum sejumlah tiga puluh satu data. Kemudian, implikatur percakapan khusus sebanyak sembilan data, kemudian ditemukan satu implikatur konvensional. Kemudian fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan rokok yang paling sering ditemukan adalah fungsi tuturan berimplikatur menyatakan fungsi tuturan berimplikatur menyatakan sebanyak lima belas data. Fungsi tuturan berimplikatur menginformasikan sebanyak sembilan data. Kemudian fungsi tuturan berimplikatur menyindir sebanyak tujuh data. Kemudian fungsi tuturan berimplikatur menasehati sebanyak enam data, dan fungsi tuturan berimplikatur mengajak sebanyak empat data. Jadi keseluruhan data implikatur adalah empat puluh satu data.

Untuk menentukan jenis implikatur dan fungsi tuturan berimplikatur harus dikaitkan dengan konteks serta merek dagang sebuah iklan. Pada saat menentukan jenis

implikatur penulis melihat bagaimana tuturan itu di tuturkan. Kemudian saat menentukan fungsi tuturan berimplikatur penulis melihat tujuan tuturan itu dituturkan.

Penelitian ini mengaitkan teori dengan hasil penelitian sebagai acuan dalam penelitian ini. Grice (dalam Levinson terj Auzar, 2012:119) membagi implikatur menjadi dua jenis yaitu: (1) implikatur konvensional, dan (2) implikatur percakapan. Selanjutnya, Yule (2006:69) membagi Implikatur menjadi lima jenis, yaitu: (1) implikatur percakapan, (2) implikatur percakapan umum, (3) implikatur berskala (4) implikatur percakapan khusus, dan (5) implikatur konvensional. Berdasarkan jenis implikatur yang dikemukakan oleh para ahli, penulis menemukan tiga jenis tindak tutur yaitu: *implikatur percakapan umum*, *implikatur percakapan khusus* dan *implikatur konvensional*. Hubungan antara teori dengan hasil penelitian adalah beberapa tuturan dalam penelitian bertujuan untuk mengajak pemirsa, menyatakan, menginformasikan, menasehati.

Kelemahan penelitian ini adalah, penulis hanya membahas jenis dan fungsi implikatur, padahal masih ada pembahasan lain seperti gaya bahasa yang digunakan dalam iklan, atau modus kalimat persuasif dalam iklan. Kelebihan penelitian ini adalah penulis buhan hanya membahas jenis dan fungsi implikatur tetapi penulis juga mengaitkannya penggunaan implikatur dalam bahasa iklan.

Penelitian ini bermanfaat dalam khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam pengajaran bahasa Indonesia terkait implikatur percakapan. Serta menjadi bahan penelitian dalam bidang pendidikan dan pengetahuan tentang kebahasaan serta dapat menjadi bahan pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya pada bidang pragmatik.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa implikatur yang terdapat dalam iklan rokok di siaran televisi swasta nasional dalam bentuk *tagline* yang mewakili merek dagang setiap produk rokok yang dikemas dalam sebuah konsep yang unik dan segar, dan mudah diingat dengan sasaran pasar yang jelas sehingga iklan mereka mampu menarik konsumen.

Rekomendasi

Dari hasil penelitian ini, penulis merasa masih ada terdapat kekurangan atau kelemahan dalam iklan rokok, sehingga penulis menyarankan sebagai berikut: (1) Sebaiknya pengiklanan membuat inovasi dalam menggunakan kalimat pada iklan rokok. (2) memperbanyak kreatifitas dari karya iklan, dan (3) memiliki konsep yang berbeda dari iklan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Charlina, dan Mangatur Sinaga. 2006. *Analisis Wacana*. Pekanbaru: Cendikia Insani.
- _____, 2007. *Pragmatik*. Pekanbaru: Cendikia Insani.
- Chaer, Abdul. 2010. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djasudarma, T. Fatimah. 2012. *Wacana dan Pragmatik*. Bandung: Rafika Aditama.
- Levinson, Steven C. 2012. *Pragmatics*. (terjemahan Auzar. Pekanbaru: UR Press.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa Tahapan Strategi, Metode, dan teknik*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Rahardi, Kunjana. 2005. *Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi*. (terjemahan Deyvani Sahrial dan Arikasani). Jakarta: Erlangga.
- Sinaga, Mangatur dkk. 2015. *Aliran Linguistik Suatu Pengantar Pemahaman*: Pekanbaru. Mandala Publishing.
- Tarigan, Henry Guntur. 1986. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Wijana, I. Dewa Putu. 1996. *Dasar- Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- _____. 2010. *Analisis Wacana Pragmatik Kajian Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka
- Yule, George. 2006. *Pragmatic*. (terjemahan Rombe Mustajab Pragmatik) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.