

ANALISIS FUNGSI DAN BENTUK IMPLIKATUR DALAM IKLAN SPRITE: KENYATAAN YANG MENYEGARKAN DI TELEVISI

Sulfiana^a, Cintya Nurika Irma^b

^{a, b} Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, FKIP, Universitas Peradaban

Abstract

This study aims to describe (1) the implicature function in sprite ads: a refreshing reality, and (2) the form of implicature in the sprite ad: a refreshing reality. The research method used in this analysis is qualitative research. The object in this research is the implicature contained in the sprite ad: a refreshing reality on television. The technique of data collection is done by carefully observing the sentence from the advertisement, then analyzing it using the right method. After doing the research, it can be concluded (1) the implicature function in sprite ads: a refreshing reality can be classified into several functions, namely the functions of assertive implicatures, directive implicature functions, and expressive implicature functions. (2) the form of implicature contained in sprite advertisements: a refreshing reality in the form of speech in the form of declarative, interrogative, and imperative.

Keywords: Implicature, Sprite Ad

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat yang digunakan untuk berkomunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam proses komunikasi terdapat dua pihak yang terlibat, yaitu penutur dan lawan tutur. Penutur adalah orang yang menyampaikan informasi atau yang berbicara, sedangkan lawan tutur adalah orang yang menerima informasi atau yang menanggapi pembicaraan. Proses komunikasi dapat dikatakan berjalan efektif jika apa yang disampaikan penutur dapat dimengerti atau dipahami oleh mitra tutur. Dalam beberapa kasus, ada juga mitra tutur yang tidak memahami maksud dari penutur sehingga proses komunikasi yang tengah dilakukan tidak berjalan dengan baik. Kesalahpahaman penangkapan maksud yang terima oleh mitra tutur biasanya menjadi salah satu penyebab ketidak efektifan proses komunikasi. Hal tersebut terjadi jika maksud dari apa yang disampaikan penutur tidak tersampaikan pada mitra tutur.

Salah penangkapan maksud biasanya terjadi karena bahasa yang digunakan penutur mengandung unsur pragmatik. Dalam kajian pragmatik, penutur dan lawan tutur harus sama-sama mengetahui konteks tuturan agar proses komunikasi yang tengah berlangsung dapat berjalan dengan efektif. Pragmatik merupakan kajian tentang bahasa yang dalam penggunaannya sering dibedakan atau lebih tepatnya dikontraskan dengan kajian atas struktur bahasa (Sperber dan Wilson, 2005: 468). Pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca) (Yule,

2014: 3). Sedangkan menurut Kridalaksana (2008: 198) Pragmatik adalah syarat-syarat yang mengakibatkan serasi tidaknya pemakaian bahasa dalam komunikasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa pragmatik merupakan kajian tentang makna dari pemakaian bahasa oleh penutur dan mitra tutur yang berhubungan dengan konteks percakapan dalam proses komunikasi tersebut.

Pragmatik merupakan kajian tentang pemakaian bahasa yang berhubungan dengan konteks atau situasi tuturan. Pemakaian bahasa yang dikaji dalam pragmatik berhubungan dengan maksud dari ujaran yang dituturkan. Maksud dari tuturan tersebut dalam pragmatik dapat diketahui salah satunya dengan menggunakan implikatur. Istilah implikatur diturunkan dari verba “to Simply” yang berarti menyatakan sesuatu secara tidak langsung. Secara etimologis “to Simply” dapat diartikan dengan membungkus atau menyembunyikan sesuatu dengan menggunakan sesuatu yang lain. Sedangkan Zamzani (2007: 28) menyebutkan bahwa implikatur merupakan segala sesuatu yang tersembunyi di balik penggunaan bahasa secara aktual, benar, dan sesungguhnya.

Istilah implikatur digunakan sebagai sarana untuk menerangkan arti atau maksud apa yang mungkin ditujukan oleh penutur kepada mitra tutur agar tidak terjadi salah penangkapan maksud. Senada dengan pendapat itu, Grice (dalam Gazdar, 1979: 38) menunjukkan bahwa sebuah implikatur merupakan sebuah proposisi yang diimplikasikan melalui ujaran dari sebuah kalimat dalam suatu konteks, sekalipun proposisi itu sendiri bukan suatu bagian dari hal yang dinyatakan sebelumnya.

Grace (1975) mengartikan implikatur sebagai implikasi makna yang tersirat dalam suatu tuturan yang disertai konteks, meskipun makna itu bukan merupakan bagian atau pemenuhan dari apa yang dituturkan. Oleh karena itu, implikatur dapat dipahami melalui konteksnya. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa implikatur merupakan penyampaian suatu ujaran yang maksudnya tidak dinyatakan secara langsung atau dapat dikatakan sebagai maksud tersirat yang ada dalam suatu tuturan.

Sebagai maksud tersirat yang ada di balik tuturan, implikatur dapat juga dikatakan sebagai tindak tutur maka implikatur memiliki sebuah fungsi yang tecermin dari maksud tuturan penutur kepada mitra tutur pada suatu percakapan atau proses komunikasi. Fungsi implikatur tersebut yaitu fungsi implikatur asertif yang meliputi menyatakan menerima atau mengiyakan dan menyatakan menolak. Fungsi implikatur direktif yang meliputi menasihati, memerintah, dan meminta atau memohon. Fungsi implikatur ekspresif yang meliputi menyindir, merendahkan diri, berterima kasih, dan mengejek. Selain itu, implikatur dapat dinyatakan penutur terhadap lawan tutur dengan bentuk implikatur berupa tuturan berbentuk deklaratif, interogatif, dan imperatif.

Yule (2014: 69-78) membedakan implikatur menjadi dua jenis, yaitu implikatur percakapan dan implikatur konvensional. Implikatur percakapan adalah implikatur yang didasarkan pada prinsip kerja sama karena terjadi dalam percakapan. Implikatur percakapan adalah implikasi pragmatis yang terdapat di dalam percakapan yang timbul sebagai akibat terjadinya pelanggaran prinsip percakapan (Rustono 1999: 82). Sedangkan implikatur konvensional tidak didasarkan pada prinsip kerja sama atau maksim-maksim serta tidak harus terjadi dalam percakapan dan tidak bergantung pada konteks khusus untuk menginterpretasikannya. Seperti yang kita ketahui, komunikasi tidak hanya terjadi dalam bentuk percakapan saja atau komunikasi langsung, tetapi bisa juga dengan komunikasi tidak langsung. Dalam komunikasi tidak langsung bisa melalui telepon, televisi, radio, maupun media lainnya. Dalam televisi dan radio, masyarakat dapat mendapat informasi yang banyak karena di dalamnya banyak memuat berita sampai dengan iklan. Dalam penyampaiannya, biasanya banyak menggunakan bahasa yang mengandung unsur implikatur. Terutama pada iklan.

Iklan merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk menginformasikan kepada khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Bahasa yang digunakan dalam iklan menggunakan bahasa yang memiliki makna tersembunyi guna menarik perhatian masyarakat. Makna tersembunyi ini dapat dikaji menggunakan kajian pragmatik dengan pembahasan implikatur. Seperti pada iklan produk minuman bersoda merek sprite: kenyataan yang menyegarkan, iklan tersebut banyak memuat kalimat yang perlu dilakukan kajian pragmatik untuk mengetahui maksud sebenarnya yang ingin disampaikan.

Sehubungan dengan pemaparan tersebut di atas, pada penelitian ini penulis tertarik untuk mengkaji iklan yang ada di televisi untuk dianalisis menggunakan kajian pragmatik implikatur. Iklan yang akan dianalisis adalah iklan produk minuman bersoda merek sprite: kenyataan yang menyegarkan dengan akan menjabarkan mengenai fungsi dan bentuk implikatur yang terdapat pada iklan tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam analisis ini adalah penelitian kualitatif. Sugiyono (2017: 8) mendefinisikan metode kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitiannya lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Objek dalam penelitian ini berupa implikatur yang terdapat pada iklan sprite: kenyataan yang

menyegarkan di televisi. Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan alat untuk mencatat seperti buku atau nota dan buku-buku acuan tentang pragmatik dan implikatur. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengamati secara cermat kalimat dari iklan. Data dianalisis menggunakan teori dan pendekatan pragmatik yang merujuk pada kajian implikatur.

PEMBAHASAN

Berdasarkan adanya dua jenis dalam implikatur, yaitu implikatur percakapan dan implikatur konvensional, dalam penelitian ini menggunakan jenis implikatur konvensional karena pada iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan tidak terjadi adanya percakapan di dalamnya. Selain itu yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu mengenai fungsi dan bentuk implikatur dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan. Setelah dilakukan analisis mengenai fungsi dan bentuk implikatur pada iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan terdapat tiga fungsi implikatur dan tiga bentuk implikatur. Tiga fungsi implikatur tersebut yaitu fungsi asertif, fungsi ekspresif, dan fungsi direktif. Selanjutnya tiga bentuk implikatur tersebut yaitu bentuk deklaratif, bentuk interogatif, dan bentuk imperatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, berikut ini akan dibahas terkait hasil yang telah ditemukan dalam analisis fungsi dan bentuk yang terdapat pada iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan di televisi. Pembahasan tersebut yaitu sebagai berikut.

Fungsi implikatur dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan

Telah disebutkan sebelumnya bahwa implikatur merupakan maksud tersirat di balik suatu tuturan. Oleh karena itu, implikatur dapat dikatakan sebagai tindak tutur yang memiliki sebuah fungsi. Fungsi implikatur tercermin dari maksud tuturan yang diutarakan penutur terhadap mitra tutur saat percakapan berlangsung. Dalam penelitian ini, fungsi implikatur tersirat dalam tuturan penutur pada iklan kepada mitra tutur atau pendengar.

Fungsi implikatur yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan dapat digolongkan menjadi beberapa fungsi, yaitu fungsi implikatur asertif, fungsi implikatur direktif, dan fungsi implikatur ekspresif. Fungsi implikatur asertif yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan dapat dibuktikan dengan penggalan kalimat berikut ini.

Boleh aja dicoba? Tapi nyatanya susah.

(Sprite: kenyataan yang menyegarkan)

Berdasarkan penggalan kalimat tersebut di atas, kata “boleh aja dicoba”, termasuk dalam fungsi implikatur asertif karena termasuk dalam kalimat yang menerima. Dalam arti bahwa, kata “boleh aja dicoba” menerima untuk boleh mencoba mencampurkan sendiri bahan agar rasanya enak seperti rasa sprite. Kemudian untuk kata “tapi nyatanya susah”, termasuk dalam

fungsi implikatur asertif karena kata tersebut termasuk dalam pernyataan menolak. Karena berhubungan dengan kalimat sebelumnya yaitu kalimat “boleh aja dicoba”, yang berarti boleh mencoba mencampurkan sendiri bahan agar rasanya enak seperti rasa sprite, dalam kalimat “tapi nyatanya susah” menyatakan menolak karena hal tersebut akan susah dilakukan karena rasanya tidak akan seenak sprite.

Kemudian, untuk fungsi implikatur direktif yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan dapat dibuktikan dengan penggalan kalimat berikut ini.

Hei guys ayo berpikir jernih.

(Sprite: kenyataan yang menyegarkan)

Berdasarkan penggalan kalimat tersebut di atas, kata “Hei guys ayo berpikir jernih” termasuk dalam fungsi implikatur direktif karena termasuk dalam kalimat yang memerintah. Dalam arti bahwa, kata “Hei guys ayo berpikir jernih” memerintah pada mitra tutur atau penonton iklan untuk berpikir jernih. Permintaan tersebut tentu berhubungan dengan iklan, karena sprite merupakan minuman bersoda yang membuat segar. Selain itu, penutur dalam iklan juga secara tidak langsung meminta kepada lawan tutur atau penonton untuk meminum atau membeli sprite sebagai produk yang tengah ditawarkan dari pada produk minuman lain.

Selanjutnya untuk fungsi implikatur ekspresif yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan dapat dibuktikan dengan penggalan kalimat berikut ini.

Apa iya dengan mencampur sendiri es batu, rasa lemon dan gelembung, bisa seenak dan senyegerin sprite?

(Sprite: kenyataan yang menyegarkan)

Berdasarkan penggalan kalimat tersebut di atas, termasuk dalam fungsi implikatur ekspresif karena termasuk dalam kalimat yang menyindir. Secara tidak langsung, dalam kalimat tersebut menyindir produk minuman lain karena menurut mereka tidak ada lagi minuman bersoda yang rasanya enak dan segar seperti rasa sprite. Terlebih lagi dengan nada yang dibawakan penutur dalam iklan yang juga menggunakan nada mengejek lebih menggambarkan sindiran yang halus.

Bentuk implikatur pada iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan

Selanjutnya, sama seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa bentuk implikatur yang terdapat pada iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan ada tiga bentuk yaitu bentuk deklaratif, bentuk interogatif, dan bentuk imperatif. Tuturan berbentuk deklaratif yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan dapat dibuktikan dengan penggalan kalimat berikut ini.

Nyatanya kamu jadi nonton iklan ini selama lebih dari dua puluh detik dan sekarang kamu jadi haus dan pengen minum sprite. Sprite nyatanya nyegerin.

(Sprite: kenyataan yang menyegarkan)

Kalimat tersebut, merupakan tuturan bermodus deklaratif karena memiliki makna menyampaikan informasi. Pada kalimat “nyatanya kamu jadi nonton iklan ini selama lebih dari dua puluh detik dan sekarang kamu jadi haus dan pengen minum sprite”, dapat diartikan bahwa penutur memberi tahu pada mitra tutur dengan menonton dan terus mendengarkan iklan sprite tersebut, mitra tutur secara tidak langsung telah menontonnya selama lebih dari dua puluh detik. Selain itu penutur juga memberi tahu bahwa mitra tutur setelah menonton iklan sprite, membuat mitra tutur haus dan akhirnya ingin meminum sprite. Kemudian pada kalimat “sprite nyatanya nyegerin”, berarti bahwa penutur memberikan informasi pada mitra tutur bahwa sprite memang nyatanya menyegarkan.

Kemudian untuk tuturan berbentuk interogatif yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan dapat dibuktikan dengan penggalan kalimat berikut ini.

Apa iya dengan mencampur sendiri es batu, rasa lemon dan gelembung, bisa seenak dan senyegerin sprite?

(Sprite: kenyataan yang menyegarkan)

Kalimat tersebut membuktikan adanya tuturan bermodus interogatif pada iklan Sprite: kenyataan yang menyegarkan karena mengandung makna pertanyaan. Dalam kalimat tersebut penutur bertanya pada mitra tutur apakah dengan mencampur sendiri es batu, rasa lemon, dan gelembung, rasanya bisa enak dan sesegar rasa sprite.

Seain kalimat tersebut, terdapat juga kalimat lain dalam iklan Sprite: kenyataan yang menyegarkan yang mengandung tuturan bermodus interogatif, yaitu.

Menurut kamu info ini gak penting?

(Sprite: kenyataan yang menyegarkan)

Kalimat “menurut kamu iklan ini gak penting?” merupakan kalimat interogatif atau kalimat tanya. Penutur dalam hal ini bertanya pada mitra tutur apakah menurut mereka info yang ada dalam iklan Sprite: kenyataan yang menyegarkan tidak penting.

Selanjutnya, tuturan berbentuk imperatif yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan dapat dibuktikan dengan penggalan kalimat berikut ini.

Hei guys ayo berpikir jernih.

(Sprite: kenyataan yang menyegarkan)

Berdasarkan penggalan kalimat tersebut di atas, kata “Hei guys ayo berpikir jernih”, selain termasuk dalam fungsi implikatur direktif juga termasuk dalam tuturan bermodus imperatif

karena termasuk dalam kalimat yang memerintah. Sama halnya dengan penjelasan sebelumnya, arti kata “Hei guys ayo berpikir jernih” memerintah pada mitra tutur untuk berpikir jernih. Permintaan tersebut tentu berhubungan dengan iklan, karena sprite merupakan minuman bersoda yang membuat segar.

SIMPULAN

Fungsi implikatur yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan dapat digolongkan menjadi beberapa fungsi, yaitu fungsi implikatur asertif, fungsi implikatur direktif, dan fungsi implikatur ekspresif. Sedangkan bentuk implikatur yang terdapat dalam iklan sprite: kenyataan yang menyegarkan berupa tuturan berbentuk deklaratif, interogatif, dan imperatif.

DAFTAR RUJUKAN

- Rustono. 1999. *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: CV. IKIP Semarang Press
- Sperber, dan Deirdre Wilson. 2005. “Pragmatics” dalam F. Jackson dan M. Smith (des.). *Oxford handbook of contemporary philosophy*. OUP: 468-501.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Yule, George. 2014. *Pragmatics*. England: *Oxford University Press* (Terjemahan dalam Bahasa Indonesia oleh Indah Fajar Wahyuni). Pragmatik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Zamzani. 2007. *Kajian Sosiopragmatik*. Yogyakarta: Cipta Pustaka.