

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan**

Penelitian tentang bahasa khususnya kajian pragmatik sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh Isrohmah nim 95.50874 tahun 2000. Judul dalam penelitian tersebut adalah “ Bahasa Iklan Radio dan Televisi periode Juli – Desember 1999 “. Aspek yang dikaji adalah berbagai tingkat kepragmatikan wacana-wacana iklan, berbagai variasi/ ragam bahasa serta efek komunikasi yang ada dalam bahasa iklan radio dan iklan televisi. Penelitian iklan kartu perdana (kartu seluler) juga pernah dilakukan oleh Endang Purwanti nim 0501040012 tahun 2009. Penelitian tersebut berjudul “ Analisis Wacana Persuasi dalam Iklan Kartu Seluler pada Spanduk”. Dalam penelitian tersebut yang dikaji adalah bagaimana teknik-teknik persuasi dan bentuk tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi pada iklan kartu seluler pada spanduk serta efek komunikasinya.

Kedua penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian ini. Penelitian Isrohmah berkenaan dengan kepragmatikan bahasa iklan sedangkan penelitian ini berkenaan dengan jenis tindak tutur, yaitu lokusi, ilokusi, perlokusi dalam iklan kartu perdana di televisi. Selain itu, sumber data juga berbeda. Sumber data penelitian Isrohmah adalah iklan di radio dan televisi, sedangkan sumber data penelitian ini adalah iklan kartu perdana di televisi.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanti, walaupun sama-sama meneliti iklan kartu perdana (kartu seluler). Iklan yang dikaji dalam penelitian ini adalah iklan yang ditayangkan di televisi, sedangkan iklan yang

dikaji oleh Purwanti adalah iklan dari spanduk. Jadi, jelas bahwa penelitian yang peneliti lakukan benar-benar merupakan penelitian yang berbeda dan belum pernah dilakukakan oleh peneliti yang terdahulu.

## **B. Pengertian Bahasa**

Bahasa adalah sebuah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri (Chaer,2007:32). Pada hakikatnya bahasa itu adalah sistem lambang bunyi yang bersifat arbitrer, dan bersifat konvensional. Sebagai sistem, bahasa terdiri dari sejumlah unsur yang berkaitan satu sama lain menurut pola tertentu sehingga membentuk suatu keseluruhan yang bermakna atau berfungsi. Sebagai lambang bunyi, bahasa terdiri dari sejumlah bunyi bahasa yang melambangkan suatu konsep. Karena merupakan lambang, bahasa itu bersifat arbitrer. Artinya, tidak ada hubungan langsung dan wajib antara lambang dengan yang dilambangkannya. Hubungan tersebut juga bisa berubah dan tidak dapat dijelaskan mengapa lambang tersebut mengonsepsi makna tertentu. Bahasa itu bersifat konvensional. Artinya semua anggota masyarakat bahasa itu mematuhi konvensi bahwa lambang tertentu itu digunakan untuk mewakili konsep tertentu, dengan kata lain, ada di antara kesepakatan setiap penutur untuk mematuhi hubungan antara lambang dengan yang dilambangkannya (Chaer, 2007:33).

Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa bahasa itu memiliki fungsi dalam masyarakat, yakni sebagai sarana berkomunikasi, bekerja sama, dan mengidentifikasi diri. Jadi dapat disimpulkan bahwa bahasa adalah alat komunikasi manusia dalam suatu masyarakat yang berupa sistem lambang bunyi yang bersifat arbitrer dan bersifat konvensional.

### **C. Fungsi Bahasa**

Secara umum bahasa berfungsi sebagai sarana komunikasi. Keraf (2001: 3-6) membagi fungsi bahasa menjadi empat yaitu:

#### **1. Alat untuk Menyatakan Ekspresi Diri**

Bahasa membantu manusia menyatakan secara terbuka segala sesuatu yang tersirat di dalam benak setiap manusia, sekurang-kurangnya untuk memaklumkan "keberadaan" manusia itu sendiri (eksistensisme diri). Hal-hal yang mendorong ekspresi diri antara lain adalah agar menarik perhatian orang lain terhadap kita dan keinginan untuk membebaskan diri kita dari semua tekanan emosi.

Unsur-unsur yang mendorong ekspresi diri antara lain :

- a. Keinginan menarik perhatian orang lain terhadap kita
- b. Keinginan untuk membebaskan diri kita dari semua tekanan emosi.

#### **2. Alat Komunikasi**

Dengan bahasa, kita dapat menyampaikan semua yang kita rasakan, serta dapat menyampaikan segala perasaan kepada orang lain. Dengan bahasa pula kita mempelajari dan mewarisi semua yang pernah dicapai oleh nenek moyang kita, serta apa yang dicapai oleh orang-orang yang sezaman dengan kita. Sebagai alat komunikasi bahasa merupakan saluran merumuskan maksud kita, melahirkan perasaan kita dan menciptakan kerjasama dengan sesama warga. Bahasa mengatur berbagai macam aktivitas kemasyarakatan, merencanakan dan mengarahkan masa depan kita.

### **3. Alat mengadakan Integrasi dan Adaptasi sosial**

Bahasa sebagai salah satu unsur kebudayaan, memungkinkan pula manusia memanfaatkan pengalaman-pengalamannya, serta belajar berkenalan dengan orang lain. Melalui bahasa, seorang anggota masyarakat perlahan belajar mengenal segala adat-istiadat, tingkah laku dan tata krama masyarakat dan berusaha menyesuaikan dirinya (adaptasi) dengan semuanya. Sebagai contoh, seorang pendatang baru dalam sebuah masyarakat tertentu tentu berusaha menyesuaikan dirinya terhadap masyarakatnya supaya mudah dan cepat diterima dan bergaul dengan lingkungan barunya.

### **4. Alat mengadakan kontrol sosial**

Kontrol sosial adalah usaha untuk mempengaruhi tingkah laku dan tindak-tanduk orang lain. Contoh: di kelas guru mengendalikan siswanya menggunakan bahasa dalam mengajar. Jika, siswa berisik, maka guru tersebut akan memperingatkan muridnya agar tidak berisik dengan menggunakan bahasa.

Halliday (dalam Sumarlan, dkk, 2003: 1-3) menyebutkan tujuh fungsi bahasa adalah :

- a. Fungsi Instrumental yaitu bahasa berfungsi menghasilkan kondisi-kondisi tertentu dan menyebabkan terjadinya peristiwa-peristiwa tertentu.
- b. Fungsi Regulasi yaitu bahasa berfungsi sebagai pengawas, pengendali, atau pengatur peristiwa, atau berfungsi mengendalikan serta mengatur orang lain.
- c. Fungsi pemerian atau fungsi representasi yaitu bahasa berfungsi untuk membuat pernyataan-pernyataan, menyampaikan fakta-fakta dan pengetahuan, menjelaskan atau melaporkan realitas yang sebenarnya sebagaimana yang dilihat atau dialami orang.
- d. Fungsi Interaksi yaitu bahasa berfungsi menjamin dan memantapkan ketahanan dan keberlangsungan komunikasi serta menjalin interaksi sosial.

- e. Fungsi Perorangan, fungsi ini memberi kesempatan kepada pembicara untuk mengekspresikan perasaan, emosi pribadi, serta reaksi-reaksi yang mendalam. Dari bahasa yang dipakai seseorang maka akan diketahui apakah dia sedang marah, gembira, sedih, dan sebagainya.
- f. Fungsi Heuristik, fungsi ini melibatkan penggunaan bahasa untuk memperoleh ilmu pengetahuan sebanyak-banyaknya dan mempelajari seluk-beluk lingkungannya.
- g. Fungsi Imajinatif, yaitu fungsi bahasa sebagai pencipta sistem, gagasan, atau kisah yang imajinatif.

Disamping tujuh fungsi bahasa tersebut Halliday (Sumarlan, dkk, 2003: 3)

menyebutkan perlunya memahami tiga metafungsi bahasa adalah :

- a. Fungsi idesional yaitu bahasa untuk mengungkapkan ide, isi pikiran, serta untuk merefleksi realitas pengalaman pribadinya.
- b. Fungsi interpersonal yaitu bahasa untuk membangun dan memelihara hubungan sosial, untuk mengungkapkan peranan-peranan sosial dan peran komunikasi yang diciptakan oleh bahasa itu sendiri.
- c. Fungsi tekstual yaitu bahasa untuk membentuk berbagai mata rantai kebahasaan dan mata rantai unsur situasi yang memungkinkan digunakannya bahasa oleh para pemakainya baik secara lisan maupun tulis.

#### **D. Pragmatik**

Pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi (Wijana, 1996: 1).

Pragmatik merupakan ruang lingkup studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan di tafsirkan oleh pendengar (atau pembaca). mengharuskan kita untuk memahami orang lain dan apa yang ada dalam pikiran mereka, pragmatik menarik karena melibatkan orang saling memahami satu sama lain secara linguistik (Yule, 2006:6).

Pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang menarik karena melibatkan bagaimana orang saling memahami satu sama lain secara linguistik, tetapi pragmatik

dapat juga merupakan ruang lingkup studi yang mematahkan semangat karena studi ini mengharuskan kita untuk memahami orang lain dan apa yang ada dalam pikiran kita. Pragmatik berhubungan dengan tindak-tanduk atau performansi-performansi verbal yang terjadi dalam situasi dan waktu tertentu. Dengan demikian, jika dibandingkan dengan tata bahasa, pragmatik menangani bahasa pada tingkatan kongkret (Leech, 1993: 20).

Pragmatik merupakan cabang linguistik yang membahas tentang apa yang termasuk struktur bahasa sebagai alat komunikasi antara penutur dan pendengar, dan sebagai pengacuan tanda-tanda bahasa pada hal-hal "*ekstralingual*" yang dibicarakan (Verhaar, 1999-14).

Firth (dalam Wijana, 1996: 5), mengemukakan bahwa kajian bahasa tidak dapat dilakukan tanpa mempertimbangkan konteks situasi yang meliputi tindakan partisipan (baik tindak verbal maupun nonverbal), ciri-ciri situasi yang relevan dengan hal yang sedang berlangsung, dan dampak-dampak tindak tutur yang diwujudkan dengan bentuk-bentuk perubahan yang timbul akibat tindakan partisipan.

Jadi, pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang mengkaji tentang makna dan maksud ujaran yang disampaikan oleh penutur kepada lawan tutur, sehingga apa yang dimaksudkan oleh penutur dapat diterima dengan baik oleh lawan tutur.

### **E. Situasi Tutur**

Pragmatik adalah studi kebahasaan yang terikat konteks. Sehubungan dengan bermacam-macamnya maksud yang mungkin dikomunikasikan oleh penutur dalam sebuah tuturan. Leech (1993: 19-20) mengemukakan sejumlah aspek yang senantiasa harus dipertimbangkan dalam rangka studi pragmatik yakni sebagai berikut.

## 1. Penutur dan lawan tutur

Konsep penutur dan lawan tutur ini juga mencakup penulis dan pembaca bila tuturan bersangkutan dikomunikasikan dengan media tulisan. Aspek-aspek yang berkaitan dengan penutur dan lawan tutur ini adalah usia, latar belakang sosial dan ekonomi, jenis kelamin, tingkat keakraban, dan sebagainya.

## 2. Konteks tuturan

Konteks tuturan adalah konteks dalam semua aspek fisik atau latar belakang sosial yang relevan dengan tuturan yang bersangkutan. Konteks yang bersifat fisik lazim disebut koteks (*cotext*), sedangkan konteks itu pada hakikatnya adalah semua latar belakang pengetahuan (*back ground knowledge*) yang dipahami bersama oleh penutur dan lawan tutur.

Contoh:

Yuli	:	Mas Mamad, sekarang dimana?
Mamad	:	Kleco.
Yuli	:	kok bisa? Sekarang kan tukang bakso sudah lewat depan rumah.
Mamad	:	ya, sebentar lagi.

Percakapan yang dilakukan oleh penutur “Yuli” dan lawan tutur “Mamad” terasa janggal ketika “Yuli” menjawab “kok bisa”. Sekarang tukang bakso kan sudah lewat depan rumah”. Jawaban “Yuli” seolah-olah tidak sambung dengan apa yang dikatakan “Mamad”. Mengapa “Yuli” justru mengatakan tuturan tersebut? Hal itu dilakukan oleh “Yuli” karena “Mamad” dan “Yuli” sudah memahami konteks tuturan, yaitu “tukang bakso lewat depan rumah”. Berdasarkan *background knowledge* antara “Yuli” dan “Mamad” telah diketahui bahwa Mamad biasanya pulang bersamaan dengan tukang bakso yang lewat di depan rumah.

### 3. Tujuan tuturan

Bentuk-bentuk tuturan yang diutarakan oleh penutur dilatarbelakangi oleh maksud dan tujuan tertentu. Dalam hubungan ini bentuk-bentuk tuturan yang bermacam-macam dapat digunakan untuk menyatakan maksud yang sama. Misalnya ucapan *mat pagi, selamat pagi* diucapkan untuk menyatakan maksud yang sama, yakni menyapa lawan bicara.

### 4. Tuturan sebagai bentuk tindakan atau aktivitas.

Pragmatik menangani bahasa dalam tingkatannya yang lebih konkret dibanding dengan tata bahasa. Tuturan sebagai entitas yang konkret jelas penutur dan lawan tuturnya, serta waktu dan tempat pengutaraannya.

Tindak tutur sebagai suatu tindakan tidak ubahnya sebagai contoh tindakan mencubit. Hanya saja, bagian tubuh yang berperan berbeda. Pada tindakan mencubit tanganlah yang berperan, sedangkan pada tindakan bertutur alat ucap yang berperan.

### 5. Tuturan Sebagai Produk Tindak Verbal

Tuturan yang digunakan dalam pragmatik, merupakan bentuk dari tindak tutur, sehingga tuturan yang dihasilkan merupakan bentuk tindak verbal. Oleh karenanya, tuturan yang dihasilkan merupakan bentuk dari tindak verbal. Berbicara atau bertutur itu adalah tindakan verbal. Karena tercipta melalui tindakan verbal. Tindak verbal adalah tindak mengekspresikan kata-kata atau bahasa. Misalnya *Apakah rambutmu tidak terlalu panjang?* Dapat ditafsirkan sebagai pertanyaan atau perintah. Pertanyaan “*apakah*” itu seperti memerintah atau menyindir untuk segera memotong rambut.

Sedangkan untuk pertanyaan kalimat itu menunjukkan si lawan tutur bertanya apakah rambutmu tidak terlalu panjang.

## **F. Tindak Tutur**

Searle (dalam Rohmadi, 2004: 29) menyebutkan tindak tutur adalah produk atau hasil dari suatu kalimat dalam kondisi tertentu dan merupakan kesatuan terkecil dari komunikasi linguistik yang dapat berwujud pertanyaan, perintah atau yang lainnya.

Searle (dalam Wijana, 1996: 17-22) mengemukakan bahwa secara pragmatik setidaknya ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur, yakni *tindak lokusi (locutionary act)*, *tindak ilokusi (illocutionary act)*, *tindak perlokusi (perlocutionary act)*.

### **1. Tindak Lokusi**

Tindak lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu. Tindak tutur ini disebut sebagai *The Act of Saying Something*. Tindak lokusi ialah tuturan yang dianggap paling mudah untuk didefinisikan karena pengidentifikasiannya dapat dilakukan tanpa menyertakan konteks tuturan dalam suatu situasi tutur. Tindak lokusi merupakan sebuah tuturan yang hanya memberikan informasi.

Contoh : Jari tangan jumlahnya lima.

Kalimat tersebut diutarakan oleh penuturnya semata-mata untuk menginformasikan sesuatu tanpa tendensi untuk melakukan sesuatu, apalagi untuk mempengaruhi lawan tuturnya. Informasi yang diutarakan adalah berapa jumlah jari tangan.

Bila diamati secara seksama konsep lokusi itu adalah konsep yang berkaitan dengan proposisi kalimat. Kalimat atau tuturan dalam hal ini dipandang sebagai satu satuan yang terdiri atas dua unsur, yakni subjek/topik dan predikat/comment, (Nababan dalam Wijana, 1996: 18). Lebih jauh tindak lokusi adalah tindak tutur yang relatif paling mudah untuk diidentifikasi, cenderung dapat dilakukan tanpa menyertakan konteks tuturan yang tercakup dalam situasi tutur. Jadi, dari perspektif pragmatik tindak lokusi sebenarnya tidak atau kurang begitu penting peranannya untuk memahami tindak tutur (Parker dalam Wijana, 1996: 18).

Menurut Rohmadi (2004: 30) tindak tutur lokusi dibagi menjadi tiga macam yaitu:

#### **a. Lokusi Pernyataan**

Lokusi pernyataan adalah bentuk pernyataan sesuatu untuk menyiarkan informasi tanpa mengharapkan respon tertentu (Sugono, 1994:49). Lokusi ini tidak mengharapkan tanggapan dari pendengar. Lokusi tipe ini merupakan lokusi langsung, karena hanya merupakan berita agar pendengar percaya dengan apa yang dituturkan oleh pembaca atau pendengar. Bentuk pernyataan ini mempunyai ciri-ciri, intonasi netral dan tidak ada suatu bagian yang lebih dipentingkan dari yang lain (Sugono, 1994:49).

Contoh: Kalau pakai askes ke Margono

Tuturan dalam kalimat tersebut berupa tindak tutur lokusi pernyataan karena askes dipakai pada rumah sakit negeri, tidak di rumah sakit swasta. Tuturan tersebut hanya memberikan informasi dan tidak ada maksud apa-apa.

#### **b. Lokusi Perintah**

Lokusi perintah adalah pernyataan yang menyuruh orang lain untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki. Menurut Sugono (1994:50) bentuk perintah atau larangan kepada orang lain, mempunyai ciri-ciri sebagai berikut.

- 1) Intonasi keras (terutama perintah biasa atau larangan)
- 2) Kata kerja yang mengandung isi perintah biasanya merupakan kata dasar
- 3) Menggunakan partikel *-lah, dan ya*.

Contoh: De nanti pakai baju baru ya!

Contoh tersebut adalah lokusi perintah yaitu seseorang yang memberikan perintah kepada adiknya untuk memakai baju baru.

### c. Lokusi pertanyaan

Lokusi pertanyaan adalah pernyataan yang dibentuk untuk memancing responsi yang berupa jawaban. Bentuk kata tanya pada umumnya meminta pendengar untuk menjawab sesuatu (Sugono, 1994:52). Fungsinya untuk mengemukakan pertanyaan dan permintaan.

Ciri-cirinya sebagai berikut.

- 1) Intonasi yang digunakan adalah intonasi tanya.
- 2) Sering menggunakan kata tanya
- 3) Dapat pula mempergunakan partikel tanya *-kah* dan *ya*.

Contoh: Bu Siti mana ya?

Maksud dari contoh tersebut adalah menanyakan orang yang bernama Siti itu mana.

## 2. Tindak Ilokusi

Tindak ilokusi adalah tindak tutur yang berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu dan dipergunakan untuk melakukan sesuatu (dalam Rohmadi, 2004: 31). Sebuah tuturan selain berfungsi untuk mengatakan atau

menginformasikan sesuatu, dapat juga berfungsi untuk melakukan sesuatu. Bila hal itu terjadi, tindak tutur yang terbentuk adalah tindak ilokusi. Tindak ilokusi disebut sebagai *The Act of Doing Something*. Tuturan tidak hanya digunakan untuk menginformasikan sesuatu, tetapi juga melakukan sesuatu.

Contoh : Saya tidak dapat datang

Kalimat itu bila diutarakan oleh seseorang kepada temannya yang baru saja merayakan ulang tahun, tidak hanya berfungsi untuk melakukan sesuatu, yakni meminta maaf, tetapi juga menginformasikan ketidakhadiran penutur dalam pesta tersebut.

Dari apa yang terurai tersebut jelaslah bahwa tindak ilokusi sangat sukar diidentifikasi karena terlebih dahulu harus mempertimbangkan siapa penutur dan lawan tutur, kapan dan dimana tindak tutur itu terjadi, dan sebagainya. Dengan demikian tindak ilokusi merupakan bagian sentral untuk memahami tindak tutur.

Menurut Searle (dalam Rohmadi, 2004: 32) ilokusi dibagi menjadi lima jenis yaitu:

- a. *Representatife*, ialah tindak tutur yang mengikat penuturnya kepada kebenaran atas hal yang dikatakannya, misalnya menyatakan, melaporkan, menunjukkan, menyebutkan.
- b. *Direktif*, ialah tindak tutur yang dilakukan oleh penuturnya dengan maksud agar lawan tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam ujaran itu, misalnya: menyuruh, memohon, menuntut, menyarankan, dan menentang.
- c. *Ekspresife*, ialah tindak tutur yang dilakukan dengan maksud agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan dalam ujaran itu misalnya: memuji, mengucapkan terimakasih, mengkritik, mengeluh.
- d. *Komisif*, ialah tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan segala hal yang disebutkan dalam ujarannya, misalnya: berjanji, bersumpah, atau mengancam.
- e. *Deklaratif*, adalah tindak tutur yang dilakukan si penutur dengan maksud untuk menciptakan hal (status, keadaan, dan sebagainya) yang baru, misalnya: memutuskan, membatalkan, melarang, mengizinkan, dan minta maaf.

### 3. Tindak Perlokusi

Tindak perlokusi adalah tindak tutur yang pengutaraannya dimaksudkan untuk mempengaruhi lawan tutur (dalam Rohmadi, 2004: 31). Sebuah tuturan yang diutarakan oleh seseorang seringkali mempunyai daya pengaruh (*perlocutionary force*) atau efek bagi yang mendengarkannya. Efek atau daya pengaruh ini dapat secara sengaja atau tidak sengaja dikreasikan oleh penuturnya. Tindak tutur yang pengutaraannya dimaksudkan untuk mempengaruhi lawan tutur disebut dengan tindak perlokusi. Tindak perlokusi disebut juga *The Act of affecting Someone*.

Contoh : Kemarin saya sangat sibuk

Kalimat tersebut diutarakan oleh seseorang yang tidak dapat menghadiri undangan rapat kepada orang yang mengundangnya. Kalimat ini merupakan tindak ilokusi untuk memohon maaf, dan perlokusi (efek) yang diharapkan adalah orang yang mengundang dapat memakluminya.

Dengan beranalogi pada uraian tersebut secara relatif lebih mudah dapat dipahami bahwa wacana berikut ini tidak semata-mata mengandung lokusi, tetapi juga ilokusi dan perlokusi sebagai maksud pengutaraan yang utama.

Contoh : Baru-baru ini Walikota telah membuka Kurnia Departement Store yang letaknya di pusat perbelanjaan dengan tempat parkir yang cukup luas.

Wacana tersebut tidak semata-mata untuk memberitakan sesuatu, tetapi secara tidak langsung merupakan undangan atau ajakan untuk berbelanja ke Departement store yang bersangkutan. Letak departement store yang strategis dengan tempat parkirnya yang luas diharapkan memiliki efek untuk membujuk para pembacanya.

Leech (1993: 323) menyebutkan ada enam belas jenis tindak tutur perlokusi yakni:

- (a) *Bring to learn that* (membuat tahu bahwa)
- (b) *Persuade* (membujuk)
- (c) *Deceive* (menipu)
- (d) *Encourage* (mendorong)
- (e) *Irritate* (menjengkelkan)
- (f) *Frighten* (menakuti)
- (g) *Amuse* (menyenangkan)
- (h) *Get to do* (membuat melakukan sesuatu)
- (i) *Inspire* (mengilhami)
- (j) *Impress* (mengesankan)
- (k) *Distract* (mengalihkan perhatian)
- (l) *Get to thing about* (membuat berfikir tentang)
- (m) *Relive tension* (melegakan)
- (n) *Embarrass* (mempermalukan)
- (o) *Attract attention* (menarik perhatian)
- (p) *Bore* (menjemukan)

### G. Pengertian Iklan

Iklan adalah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan atau pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media masa seperti (surat kabar dan majalah) atau ditempat umum (Moeliono,(Peny.), 2007:421).

Wright (dalam Mulyana, 2005:63) iklan merupakan proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran, membantu layanan, serta gagasan dan ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang bersifat persuasif.

Iklan dapat dibagi ke dalam berbagai aspek. Menurut Omar (dalam Mulyana, 2005: 64), berdasarkan tujuannya iklan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu iklan perniagaan dan iklan pemberitahuan. Iklan perniagaan adalah iklan yang memasarkan produknya untuk memperoleh keuntungan dalam berdagang. Iklan pemberitahuan adalah iklan yang menginformasikan tentang sesuatu kepada masyarakat. Iklan ini

sering dinamakan iklan layanan masyarakat, seperti lowongan pekerjaan, informasi kesehatan, dan sebagainya.

Sementara menurut Kasali (dalam Mulyana, 2005: 64), iklan dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu iklan baris, iklan display, dan iklan suplemen.

#### 1. Iklan baris

Iklan ini umumnya hanya berisi pesan-pesan komersial yang berhubungan dengan kepentingan pengiklan seperti lowongan kerja, jual beli kendaraan, sewa rumah, perkawinan, ulang tahun, dan lain-lain. Ukurannya kecil hanya satu kolom namun memiliki kekuatan karena berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari para pembacanya.

#### 2. Iklan display

Iklan ini berukuran minimal dua kolom hingga 1 halaman penuh. Iklan display dibedakan antara iklan display lokal ( pengiklan organisasi atau individu) dan iklan display nasional (pengiklan perusahaan multi nasional, instansi nasional). Iklan display lebih bervariasi, dan biasanya memiliki jangkauan yang lebih luas.

#### 3. Iklan Suplemen

Iklan suplemen adalah lembaran khusus yang diselipkan pada SK loose insert. Umumnya yang mengiklankan bukannya biro iklan atau pengiklan tetapi adalah para penyalur SK itu sendiri. Iklan suplemen menyajikan informasi persuasif yang dikemas secara lebih formal.

Berbagai pembagian jenis iklan tersebut cenderung lebih sesuai untuk media cetak. Sementara iklan yang diekspresikan lewat media elektronik umumnya dapat dipilih menjadi dua yaitu, iklan monolog dan iklan dialog. Iklan monolog disampaikan

oleh pengiklan (pembaca iklan) secara sendirian, sedangkan iklan dialog bisa dilakukan oleh dua atau lebih pengiklan ( Jefkin, 1997:39).

Jadi iklan adalah pemasaran suatu barang atau jasa yang biasanya dipasang di media masa, baik cetak maupun elektronik. Dalam iklan terdapat daya persuasi yang tinggi untuk membujuk, dan mempengaruhi penonton dan pembaca. Pada iklan, bahasanya distrategikan agar berdaya persuasi, yaitu mempengaruhi masyarakat agar tertarik dan membeli. Sehubungan dengan tujuan tersebut. Jefkin (1997:5) mengemukakan bahwa *advertising aims to persuade pople to buy* ( iklan bertujuan mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk barang atau jasa yang ditawarkan).

#### **H. Bahasa Iklan**

Dalam iklan, penggunaan bahasa menjadi salah satu aspek penting bagi keberhasilan iklan. Bahasa iklan, disamping memiliki fungsi informatif, juga mengandung fungsi persuasif. Fungsi informatif adalah fungsi memberikan informasi tentang sesuatu yang diiklankan atau dipasarkan, sedangkan fungsi persuasif adalah fungsi membujuk orang agar tertarik pada produk yang diiklankan. Oleh karena itu bahasa iklan harus mampu menjadi manivestasi atau prestasi dari hal yang diinginkan pihak pengiklan kepada masyarakat luas. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi masyarakat agar tertarik dengan sesuatu yang diiklankan.

Menurut Mulyana (2005:65), fungsi persuasif kiranya justru ditekankan untuk mendapatkan dampak nyata (efek perlokusi) dari suatu tuturan. Sebagai contoh, pada iklan kartu perdana As berikut ini: *Mau liburan cara paling murah? pakai kartu As! Makin seru liburanmu dengan facebook dan chatting gratis! Bebas bercerita dengan nelpon nol rupiah langsung dapat tanpa beli paket.*

Daya persuasi bahasa iklan dapat dirasakan pada pemilihan kata *murah, gratis*. Untuk mendapatkan efek perlokusinya, dituturkan kata yang berfungsi *direktif* persuasif, yaitu *pakai kartu As!*. Jadi, bahasa iklan memegang peranan sangat vital dalam menyampaikan maksud iklan itu sendiri.

Di media elektronik, seperti televisi misalnya, terkadang ditemukan iklan yang minim bahasa. Gejala itu tidak dengan sendirinya ditafsirkan bahwa bahasa kurang penting dalam iklan. Persoalan sedikit banyaknya bahasa yang digunakan hanya berkuat pada pemahaman tentang aspek mana yang lebih perlu untuk ditonjolkan dalam iklan, gambar atau bahasa verbal (Mulyana, 2005:65).

Pada kenyataannya bahasa iklan sebagai kenyataan sosial telah ikut mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pandangan, gagasan, dan perilaku mereka. Bahasa iklan yang terus-menerus didengar akan merasuk dan mengkristal di dalam pikiran dan jiwa masyarakat. Akibatnya, hal yang diiklankan akan secara otomatis dimunculkan tatkala seseorang menghadapi sesuatu persoalan. Untuk persoalan “ingin liburan cara paling murah? Pakai kartu As” maka ingatan masyarakat terhadap iklan tersebut akan membuat mereka segera membeli kartu As yang diiklankan dengan kalimat tersebut. Dengan demikian bahasa iklan telah memperlihatkan fungsinya secara sosio-kultural kepada masyarakat itu sendiri.

### **I. Televisi, Telepon Selular (*Handphone*), dan Kartu Perdana**

Menurut Moeliono (Peny.), (2007: 1162), televisi adalah pesawat sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi suara melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi suara menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang

dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk penyiaran pertunjukan berita.

Jadi televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom(hitam-putih) maupun berwarna. Kata "televisi" merupakan gabungan dari kata *tele* ("jauh") dari bahasa Yunani dan *visio* ("penglihatan") dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai "alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan.

Menurut Moeliono (Peny.), (2007: 1162), telepon selular (*ponsel*) atau *handphone* adalah telepon mandiri yang menggunakan baterai, tanpa kabel, dan menerima suara melalui sinyal.

Jadi *hanphone* adalah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana (portabel, *mobile*), yang menggunakan baterai, tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel (nirkabel; *wireless*) dan menerima suara melalui sinyal. Badan yang mengatur telekomunikasi seluler Indonesia adalah Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia ATSI.

Dalam Wikipedia (dalam Yusuf, 2007:4) disebutkan bahwa *simcard* atau kartu perdana adalah sebuah kartu pintar seukuran perangkko yang ditaruh di telepon genggam yang menyimpan kunci pengenalan jasa telekomunikasi.

Jadi *simcard* atau kartu perdana adalah kartu pintar yang digunakan pada sebuah telepon seluler (*handphone*) yang mempunyai fungsi sebagai penyimpan nomor, penentu nomor handphone, dan kunci pengenalan jasa telekomunikasi. Selain itu, kartu perdana juga dapat menyimpan beberapa informasi lainnya seperti SMS dan *phonebook*.