

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Relevan**

Penelitian yang sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya sangat penting untuk diungkapkan karena dapat dipakai sebagai sumber informasi dan bahan acuan yang sangat berguna. Penelitian tentang implikatur dalam sebuah wacana banyak dilakukan baik itu dalam skripsi, makalah maupun tulisan ilmiah yang lainnya. Pengkajian implikatur dalam wacana dipandang dari berbagai sudut ilmu salah satunya adalah disiplin ilmu pragmatik.

Penelitian tentang implikatur dalam sebuah wacana dilakukan oleh Anisa Permata Dewi (2012) dalam skripsinya yang berjudul “Implikatur Dalam Wacana Kolom Pojok Semarang pada Surat Kabar Suara Merdeka”. Tulisan tersebut menganalisis tentang jenis-jenis implikatur tuturan dalam kolom Pojok Semarang Harian Suara Merdeka sebanyak (86 tuturan) terdiri atas maksud menginformasikan sebanyak (3 tuturan), memohon sebanyak (1 tuturan), mengkritik sebanyak (9 tuturan), menyindir sebanyak (35 tuturan), menegaskan sebanyak (5 tuturan), mendukung sebanyak (2 tuturan), mengeluh sebanyak (1 tuturan), menyarankan sebanyak (3 tuturan), dan mengejek sebanyak (9 tuturan).

Persamaan penelitian Anisa Permata dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama mengkaji bidang pragmatik, khususnya masalah implikatur. Adapun perbedaannya adalah sasaran kajian penelitian. Peneliti memilih objek Wacana Iklan Kendaraan pada Tabloid Otomotif Edisi Februari 2017.

Sementara itu, penelitian lain dalam bidang pragmatik yang berkaitan dilakukan juga oleh Falesia Rizqi Tiara (2015) dalam skripsinya yang berjudul “Implikatur Dalam Wacana Cari Angin pada Surat Kabar Tempo”. Dalam skripsinya mengemukakan tentang analisis jenis-jenis implikatur dalam wacana kolom Cari Angin yang terdiri atas dua jenis implikatur yaitu Implikatur Konvensional dan Implikatur Percakapan. Selain jenis implikatur, skripsi tersebut juga membahas tentang fungsi penggunaan implikatur dan gaya bahasa dalam implikatur. Fungsi penggunaan implikatur dalam wacana kolom Cari Angin pada surat kabar Tempo memiliki sembilan fungsi yaitu menyatakan, menyindir, menyindir dengan bahasa humor, mengkritik, memprotes, melarang, memberikan dukungan, mengapresiasi, mengkritik dan memprotes. Gaya bahasa yang ditemukan pada wacana Cari Angin yang mendukung kemunculan implikatur yaitu ironi, sinisme, simile, metafora, hiperbola, metonimia, paradoks, dan personifikasi.

Penelitian sejenis yang dilakukan oleh Falesia juga dilakukan oleh Firdan Mustikawati (2011) dalam skripsinya yang berjudul “Implikatur dalam Wacana Nuwun Sewu pada Surat Kabar Solopos”. Dalam skripsinya sama-sama mengemukakan tentang fungsi penggunaan implikatur dan gaya bahasa hanya objeknya yang berbeda. Kemudian dalam skripsi Firda juga membahas tentang implikatur yang terdapat dalam wacana Nuwun Sewu pada surat kabar Solopos yang berupa 1) kritik dan sindiran, 2) pernyataan dan sindiran, 3) perintah dan sindiran, 4) pernyataan, 5) pernyataan dan kritik, 6) dukungan, 7) protes, 8) sindiran, 9) apresiasi dan sindiran, 10) pernyataan, kritik, dan sindiran, 11) perintah, 12) pernyataan dan humor, 13) larangan dan sindiran, 14) sindiran dan humor, dan 15) ajakan dan sindiran.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Pragmatik**

Menurut Wijana dan Rohmadi (2011: 4) pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yaitu bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi. Pragmatik sebagai kajian struktur eksternal bahasa mengamati berbagai aspek pemakaian bahasa dalam situasi yang konkret. Situasi yang konkret dalam hal ini mengandaikan sebuah tuturan benar-benar dipandang sebagai produk sebuah tindak tutur yang jelas konteks lingual (konteks) dan konteks ekstralingual (konteksnya). Konteks lingual digunakan untuk mengungkapkan maksud (makna tuturan) yang tersembunyi di balik sebuah ujaran.

Kemudian menurut Tarigan (2009: 30) pragmatik menelaah ucapan-ucapan khusus dalam situasi-situasi khusus dan memusatkan perhatian pada aneka ragam cara yang merupakan wadah aneka konteks sosial. Sedangkan Yule (2006: 3-4) pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca). Yule (2006: 3-4) juga menyebutkan empat definisi pragmatik, yaitu studi yang mengkaji maksud penutur, studi yang mengkaji makna menurut konteksnya, studi yang melebihi kajian tentang makna yang diujarkan, mengkaji makna yang dikomunikasikan atau terkomunikasikan oleh pembicara, dan studi yang mengkaji bentuk ekspresi menurut jarak sosial yang membantu partisipan yang terlibat dalam percakapan tersebut.

Menurut Leech (dalam Wijana, 1996: 12) memberikan asumsi bahwa aspek-aspek yang dipertimbangkan dalam studi pragmatik adalah:

a. Penutur dan Lawan Tutur

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

b. Konteks Tuturan

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

c. 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 menanyakan maksud yang sama atau sebaliknya berbagai maksud dapat diutarakan dengan tuturan yang sama.

d. Tuturan sebagai bentuk tindakan atau kegiatan tindak ujar

Gramatika mengenai unsur-unsur kebahasaan sebagai entitas yang abstrak (wujud statis yang abstrak), seperti kalimat dalam studi sintaksis, proposisi dalam studi semantik, sedangkan pragmatik berhubungan dengan tindak verbal (*verbal act*) yang terjadi dalam situasi tertentu.

e. Tuturan sebagai produk tindak verbal

Tuturan yang digunakan dalam pragmatik, seperti yang dikemukakan dalam kriteria keempat merupakan bentuk tindak tutur. Oleh karenanya, tuturan yang dihasilkan merupakan bentuk dari tindak verbal.

Berdasarkan pengertian pragmatik menurut para ahli dapat disimpulkan pragmatik merupakan ilmu yang mengkaji tentang bagaimana memahami bahasa yang disampaikan atau di paparkan oleh orang lain tentang apa yang ada di dalam pemikiran mereka secara linguistik.

## 2. Implikatur

### a. Hakikat Implikatur

Ditinjau dari segi etimologis, implikatur diturunkan dari *implicatum* (Echols dalam Mulyana, 2005:11). Istilah ini hampir sama dengan kata *implication*, yang artinya maksud, pengertian, dan keterlibatan. Dalam komunikasi verbal, implikatur biasanya sudah diketahui oleh para pembicara. Oleh karena itu, tidak perlu diungkap secara eksplisit.

Beberapa ahli bahasa mengemukakan definisi tentang implikatur. Wijana (1996: 38) implikatur adalah hubungan antara tuturan dengan yang disiratkan dan tidak bersifat semantic, tetapi kaitan keduanya hanya didasarkan pada latar belakang yang mendasari kedua proposisinya. Nababan (1987: 28) menyatakan bahwa implikatur berkaitan erat dengan konvensi kebermaknaan yang terjadi di dalam proses komunikasi. Konsep itu kemudian dipahami untuk menerangkan perbedaan anatar hal “yang diucapkan” dengan hal “yang diimplikasikan”. Mulyana (2005:11) memberikan penjelasan bahwa dalam ruang lingkup wacana, implikatur berarti sesuatu yang terlibat atau menjadi bahan pembicaraan.

Secara lebih rinci Zamzani (2007: 28) memberi definisi bahwa implikatur merupakan segala sesuatu yang tersembunyi di balik penggunaan bahasa secara actual, benar dan sesungguhnya. Implikatur merupakan makna tuturan (utterance

meaning) sehingga tidak harus muncul dalam tuturan secara langsung. Tuturan yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari tidak selalu memiliki maksud-maksud yang dapat langsung ditangkap oleh peserta tutur. Implikatur digunakan untuk mengungkapkan perbedaan tersebut. Untuk mendapatkan implikatur, lawan tutur menggunakan proses tersendiri dengan cara mengkombinasikan tuturan dan konteks yang disebut sebagai inferensi (Cummings, 2007: 105).

Menurut Wijana (1996: 37) sebuah tuturan dapat menimbulkan banyak implikatur tergantung implikasi yang ditimbulkan dari tuturan tersebut. Implikatur sebuah tuturan tergantung dari implikasi-implikasi yang hadir dari tuturan tersebut yang diperkuat dengan konteks yang meliputi tuturan tersebut. Implikatur adalah ujaran atau pernyataan yang menyiratkan sesuatu yang berbeda dengan yang sebenarnya diucapkan atau dengan kata lain tuturan yang disampaikan itu dicakup dalam dua bagian yaitu apa yang disampaikan dan apa yang diimplikasikan. Menurut Grice (dalam Nababan, 1987: 30) konsep implikatur timbul dari pendapat bahwa ada seperangkat asumsi yang melingkupi dan mengatur kegiatan percakapan sebagai suatu tindakan berbahasa. Menurut analisisnya, perangkat asumsi yang memandu tindakan orang dalam percakapan untuk mencapai hasil yang baik. Panduan itu adalah kerja sama yang diperlukan untuk dapat menggunakan bahasa secara efektif dan efisien.

Berdasarkan penjelasan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa implikatur adalah makna yang tersirat dalam sebuah tuturan yang dapat mengimplikasikan banyak tuturan.

#### **b. Jenis-jenis Implikatur**

Adapun jenis implikatur yang dipaparkan Grice (melalui Mulyana, 2005: 12-13) dan Zamzani (2007: 28) menyatakan bahwa terdapat dua jenis implikatur, yaitu

(1) *conventional implicature* (implikatur konvensional), dan (2) *conversation implicature* (implikatur percakapan). Berikut ini merupakan penjelasan dua macam implikatur tersebut:

### 1) Implikatur Konvensional

Zamzani (2007: 28) implikatur konvensional adalah implikatur yang langsung diperoleh dari kata-kata dan kaidah gramatikal. Mulyana (2005: 12) menyatakan implikatur konvensional adalah pengertian yang bersifat umum dan konvensional. Implikatur konvensional yaitu implikatur yang ditentukan oleh “arti konvensional kata-kata yang dipakai”. Maksudnya adalah pengertian yang bersifat umum, semua orang umumnya sudah mengetahui tentang maksud atau pengertian sesuatu hal tertentu. Implikatur konvensional bersifat *nontemporer*. Artinya, makna atau pengertian tentang sesuatu bersifat lebih tahan lama. Suatu leksem yang terdapat dalam suatu bentuk ujaran, dapat dikenali implikasinya karena maknanya “yang tahan lama” dan sudah diketahui secara umum. Sebagai contoh, “Lestari Putri Solo, sehingga ia luwes” (Mulyana, 2005: 12) implikasi umum dari kata Putri Solo dengan luwes adalah selama ini kota solo selalu mendapatkan predikat sebagai kota kebudayaan yang penuh dengan kehalusan dan keluwesan putri-putrinya. Implikasi yang muncul yaitu bahwa perempuan atau wanita Solo umumnya dikenal luwes penampilannya.

Berdasarkan penjelasan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa implikatur konvensional lebih menjelaskan kepada apa yang dimaksud, sehingga peserta tutur umumnya sudah mengetahui tentang maksud atau pengertian sesuatu hal tertentu, namun tuturan yang diungkapkan memiliki makna yang secara tidak langsung dipaparkan, dan hanya memperoleh dari makna kata untuk memberikan informasi bukan berbentuk dalam percakapan.

## 2) Implikatur Percakapan

Implikatur percakapan menurut Mulyana (2005: 13) memiliki makna dan pengertian yang lebih bervariasi. Pasalnya, pemahaman terhadap hal yang dimaksudkan sangat bergantung kepada konteks terjadinya percakapan. Jadi, bila implikatur konvensional memiliki makna yang tahan lama, maka implikatur percakapan ini hanya memiliki makna yang *temporer* yaitu makna itu berarti hanya ketika terjadi suatu percakapan tersebut atau terjadi pembicaraan dalam konteks tersebut.

Yule (2006; 74) menyatakan bahwa implikatur percakapan atau sering disebut implikatur percakapan khusus ialah implikatur yang terjadi dalam peristiwa komunikasi yang terjadi dalam konteks khusus. Yule (2006: 74) menjelaskan lebih lanjut bahwa untuk mengetahui implikatur jenis ini kita perlu memperhitungkan informasi-informasi yang kita ketahui terkait dengan peristiwa komunikasi tersebut.

Cummings (2007:18) menyatakan bahwa konteks memberikan kontribusi yang sama dalam setiap kasus percakapan. Konteks juga memungkinkan bagi peserta tutur untuk melanggar prinsip kerja sama. Kadang-kadang peserta tutur menggunakan bahasa yang bersifat ironi, metaforis, dan sebagainya untuk menyampaikan tuturan dalam suatu percakapan.

Yule (2006:76) memberikan contoh dari implikatur percakapan sebagai berikut.

- (3) Leila : Wah! Apakah pimpinanmu sudah gila?  
Mary : mari kita minum kopi.

Tuturan di atas (3) tidak akan terlihat ada kaitannya satu dengan yang lain jika kita tidak mengetahui situasi dan konteks percakapan tersebut. Situasi percakapan tersebut

ialah Leila baru saja berjalan memasuki ruang kerja Mary dan memperlihatkan banyaknya seluruh pekerjaan yang ada di atas mejanya. Tanggapan Mary terhadap tuturan Leila sepertinya tidak terkait, namun sebenarnya tuturan Mary memiliki implikatur “ayo kota bicara di luar saja, kalau di sini saya khawatir didengar pimpinan saya”.

Implikatur percakapan terdapat dalam tuturan yang sengaja dibentuk untuk mencapai efek komunikasi tertentu. Efek yang mungkin ingin dicapai melalui implikatur jenis ini ialah gurauan. Berdasarkan jenis implikatur di atas peneliti hanya menggunakan salah satu implikatur yaitu implikatur konvensional untuk mengkaji kata, frasa, dan kalimat yang mengandung implikatur konvensional pada iklan kendaraan tabloid *otomotif* edisi Februari 2017.

### **3. Wujud Implikatur dalam Makna Pragmatik Imperatif**

Wujud implikatur dalam makna pragmatik imperatif dapat berupa tuturan yang bermacam-macam. Wujud implikatur dalam makna pragmatik imperatif ini di adopsi dari buku Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia karya Kunjana Rahardi. Pengadopsian teori dilakukan karena adanya kesesuaian teori antara implikatur dengan imperatif. Menurut Rahardi (2005: 93-116), makna pragmatik imperatif di dalam bahasa Indonesia ada 17 macam yaitu imperatif perintah, imperatif suruhan, imperatif permintaan, imperatif permohonan, imperatif permohonan, imperatif desakan, imperatif bujukan, imperatif imbauan, imperatif persilaan, imperatif ajakan, imperatif izin, imperatif permintaan izin, imperatif menizinkan, imperatif larangan, imperatif harapan, imperatif umpatan, imperatif pemberian ucapan selamat, imperatif anjuran dan imperatif ngelulu.

Dari 17 macam makna pragmatik imperatif, pada implikatur konvensional hanya mengandung beberapa makna pragmatik imperatif diantaranya imperatif, ajakan, bujukan, harapan, dan anjuran. Ketujuh belas imperatif yang telah disederhanakan menjadi empat sesuai dengan kalimat dan konteks iklan yang melingkupinya. Artinya implikatur konvensional mengandung implikasi yang diperoleh dari makna kata atau bentuk bahasa yang ada maknanya yang non temporer (tahan lama) sehingga hanya memperoleh beberapa makna pragmatik imperatif. Adapun yang dimaksud dengan wujud pragmatik adalah realisasi maksud dengan wujud pragmatik adalah realisasi maksud imperatif dalam bahasa Indonesia apabila dikaitkan dengan konteks situasi tutur yang meletarbelakanginya, makna pragmatik imperatif tuturan yang dimaksud dapat bersifat ekstralinguistik dan dapat pula bersifat intralinguistik.

Ketujuh belas macam makna pragmatik imperatif tersebut ditemukan baik di dalam imperatif langsung maupun di dalam imperatif tidak langsung. Pada bagian-bagian berikut ini, masing-masing wujud makna pragmatik imperatif tersebut diuraikan secara terperinci.

#### **a. Tuturan yang Mengandung Makna Pragmatik Imperatif *Ajakan***

Menurut Rahardi (2005: 106), imperatif dengan makna ajakan, biasanya, ditandai dengan pemakaian penanda kesatuan *mari* atau *ayo*. Kedua macam penanda kesatuan itu masing-masing memiliki ajakan. Pemakaian penanda kesatuan itu di dalam tuturan dapat dilihat pada contoh tuturan (4) berikut.

- (4) Bibi kepada Monik dan rekan-rekannya : Ayo, pada makan dulu, yo. Kebetulan saya bikin sayur asem dan pepes ikan peda”

Tuturan ini terjadi dalam ruang makan, pada saat sang bibi mengajak makan para tamu yang sudah sangat sering bertamu di rumah bibi.

### **b. Tuturan yang Mengandung Makna Pragmatik Imperatif *Bujukan***

Menurut Rahardi (2005: 102), imperatif yang bermakna bujukan di dalam bahasa Indonesia biasanya, diungkapkan dengan penanda kesatuan *ayo* atau *mari*. Selain itu, dapat juga imperatif tersebut diungkapkan dengan penanda kesantunan *tolong*, seperti dapat dilihat pada contoh tuturan (6) berikut ini.

(5) dokter kepada pasien yang masih anak kecil: “Tiduran dulu, yuk di tempat tidur sebelah! Tak kasih es biar anyep.”

Tuturan ini terjadi dalam ruang periksa di sebuah rumah sakit, disampaikan oleh seorang dokter kepada pasien yang masih anak-anak pada waktu ia akan dicabut giginya.

### **c. Tuturan yang Mengandung Makna Pragmatik Imperatif *Harapan***

Menurut Rahardi (2005: 111) imperatif yang menyatakan makna harapan, biasanya ditunjukkan dengan penanda kesatuan *harap* dan *semoga*. Kedua macam penanda kesatuan itu di dalamnya mengandung makna harapan. Seperti dapat dilihat pada contoh tuturan (5) berikut ini.

(6) Ayah kepada Totok: “Selamat jalan anakku! Semoga kamu sukses! Jangan bimbang, berangkatlah!”

Tuturan ini disampaikan oleh seorang Ayah kepada anaknya yang saat itu berpamitan akan pergi merantau.

### **d. Tuturan yang Mengandung Makna Pragmatik Imperatif *Anjuran***

Menurut Rahardi (2005: 114), secara struktural, imperatif yang mengandung makna anjuran, biasanya, ditandai dengan penggunaan kata *hendaknya* dan sebaliknya. Contoh tuturan (7) berikut dapat dipertimbangkan untuk memperjelas hal ini.

- (7) Dosen kepada mahasiswa: “Hendaknya saudara mencari buku referensi yang lain di toko buku.”

Tuturan ini disampaikan oleh seorang dosen kepada mahasiswa bimbingan yang sedang menyusun karya tulis, namun kekurangan referensi yang memadai untuk penulisan karya tersebut.

#### 4. Wacana

##### a. Pengertian Wacana

Istilah “wacana” berasal dari bahasa Sansekerta *wac/wak/vak*, artinya ‘berkata’, ‘berucap’ (Douglas dalam Mulyana, 2005: 3). Mulyana (2005: 1) menyatakan bahwa wacana merupakan unsur kebahasaan yang relative paling kompleks dan paling lenhkap. Satuan kebahasaannya meliputi fonem, morfem, kata, frasa, klausa, kalimat, paragraf, hingga karangan utuh. Wacana adalah satuan bahasa yang paling lengkap, lebih tinggi dari klausa dan kalimat, memiliki kohesi dan kohorensi yang baik, mempunyai awan dan akhir yang jelas, berkesinambungan, dan dapat disampaikan secara lisan atau tertulis. Jadi, suatu kalimat atau rangkaian kalimat, misalnya dapat disebut sebagai wacana atau bukan wacana tergantung pada keutuhan unsur-unsur makna dan konteks yang melingkupinya (Tarigan dalam Mulyana, 2005: 6).

Mulyana (2005: 5) mengatakan bahwa wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan lainnya dalam kesatuan makna. Wacana dapat direalisasikan dalam bentuk kata, kalimat, paragraph, atau karangan utuh (buku), yang membawa amanat lengkap (Kridalaksana dalam Mulyana, 2005: 5). Sementara itu Tarigan (dalam Wijana dan Rohmadi, 2011: 68), mengatakan

bahwa wacana adalah satuan bahasa terlengkap dan tertinggi atau terbesar diatas kalimat atau klausa dengan kohorensi dan kohesi tinggi yang berkesinambungan yang mempunyai awal dan akhir yang nyata, disampaikan secara lisan dan tulis. Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa wacana merupakan satuan bahasa terlengkap yang terbentuk berdasarkan konteks yang melingkupinya.

### **b. Unsur-unsur Wacana**

Istilah “wacana” berasal dari bahasa sansekerta *wac/wak/vak*, artinya ‘berkata’, ‘berucap’ (Douglas dalam mulyana, 2005: 3). Mulyana (2005: 1) menyatakan bahwa wacana merupakan unsur kebahasaan yang relatif paling kompleks dan paling lengkap. Satuan kebahasaannya meliputi fonem, morfem, kata, frasa, klausa, kalimat, paragraf, hingga karangan utuh. Wacana adalah satuan bahasa yang paling lengkap, lebih tinggi dari klausa dan kalimat, paragraf, memiliki kohesi dan kohorensi yang baik, mempunyai awal dan akhir yang jelas, berkesinambungan, dan dapat disampaikan secara lisan atau tertulis.

Menurut Mulyana (2005: 7), wacana memiliki dua unsur pendukung utama, yaitu unsur dalam (internal) dan unsur luar (eksternal). Unsur internal berkaitan dengan aspek formal kebahasaan sedangkan, unsur internal berkenaan dengan hal-hal di luar wacana itu sendiri. Kedua unsur tersebut membentuk satu kepaduan dalam suatu struktur yang utuh dan lengkap.

Kemudian menurut Mulyana (2005: 11), unsur eksternal (unsur luar) wacana adalah sesuatu yang menjadi bagian wacana, namun tidak nampak secara eksplisit. Sesuatu itu berada di luar satuan lingual wacana. Kehadirannya berfungsi sebagai pelengkap keutuhan wacana. Unsur-unsur eksternal ini terdiri atas implikatur, presuposisi, referensi, inferensi, dan konteks wacana.

## 1) Presuposisi

Menurut Mulyana (2005: 14), presuposisi yaitu anggapan dasar atau penyimpulan dasar mengenai konteks dan situasi berbahasa yang membuat bentuk bahasa menjadi bermakna bagi pendengar/pembaca. Praanggapan membantu pembicara menentukan bentuk-bentuk bahasa (kalimat) untuk mengungkapkan makna atau pesan yang dimaksud. Kemudian menurut Chaer (2010: 32) pranggapan atau *presuposisi* adalah “pengetahuan” bersama yang dimiliki oleh penutur dan lawan tutur yang melatarbelakangi suatu tindak tutur. Sedangkan menurut Wijana dan Rohmadi (2011: 37), sebuah kalimat dapat mempresuposisikan dan mengimplikasikan kalimat yang kedua (jika dipresuposisikan) mengakibatkan kalimat yang pertama (yang mempresuposisikan) tidak dapat kalimat yang pertama (yang mempresuposisikan) tidak dapat dikatakan benar atau salah. Contohnya adalah sebagai berikut.

- (8) Santi : Aku merasa capai sekali karena berjalan kaki terlalu jauh, tidak ada kendaraan.  
 Tika : (Segera ke belakang mengambil air minum dan ia mempersilahkan Santi meneguknya).  
 Santi : Terima kasih. Kau tahu benar aku merasa haus.

Dari percakapan (8) di atas dapat diketahui bahwa ketika Santo bercerita tentang proses sampainya ke rumah Tono, Tono beranggapan:

- a) Ada sesuatu yang diminta oleh Santi.
- b) Santi ingin minum.

## 2) Referensi

Menurut Mulyana (2005: 56), secara tradisional referensi berarti hubungan antara kata dengan benda (orang, tumbuhan, sesuatu lainnya) yang dirujuknya. Referensi merupakan perilaku penulis/pembicara. Jadi, yang menentukan referensi suatu tuturan adalah pihak penulis sendiri, sebab hanya pihak penulis yang paling

mengetahui hal yang diujarkan dengan hal yang dirujuk oleh pengujarnya. Pendengar atau pembaca hanya dapat menerka hal yang dimaksud oleh pembicara dalam ujarannya itu. Terkaan itu bersifat relatif, bisa benar, bisa pula salah.

Kemudian menurut Yule (2006: 27) referensi sebagai suatu tindakan dimana seorang penutur, atau penulis, menggunakan bentuk linguistik untuk memungkinkan seorang pendengar atau pembaca mengenali sesuatu. Menurut Halliday (dalam Mulyana, 2005: 16-17), referensi dilihat dari acuannya dapat dibagi menjadi dua bagian. Kedua bagian tersebut yaitu referensi eksofora dan referensi endofora. Referensi eksofora adalah interpretasi terhadap kata yang terletak di luar teks. Referensi endofora adalah interpretasi terletak di dalam teks itu sendiri. Selanjutnya akan dipaparkan secara lebih jelas mengenai referensi eksofora dan referensi endofora. Contohnya adalah sebagai berikut.

- (9) Pranowo terpilih menjadi lurah di Karangjati. Dia dikenal dekat dengan warganya. Desa itu memang membutuhkan pemimpin yang merakyat.

Bentuk “dia” pada kalimat kedua mengacu pada topik/subjek orang yang bernama Pranowo, sedangkan desa “itu” menunjuk pada desa Karangjati.

### 3) Inferensi

Menurut Gorys Keraf (2007: 7), kata inferensi berasal dari kata *inferre* yang berarti *menarik kesimpulan*. Dalam logika, juga dalam bidang ilmiah lainnya, kata inferensi adalah kesimpulan yang diturunkan dari apa yang ada atau dari fakta-fakta yang ada. Kemudian menurut Echols dan Hassan (dalam Mulyana, 2005: 19) inferensi atau inference secara leksikal berarti kesimpulan. Selanjutnya menurut Moeliono (dalam Mulyana, 2005: 19) dalam bidang wacana, istilah itu berarti sebagai proses

yang dilakukan pembaca untuk memahami makna yang secara harfiah tidak terdapat di dalam wacana yang diungkapkan oleh pembicara/penulis. Pembaca harus dapat mengambil pengertian, pemahaman, atau penafsiran suatu makna tertentu. Dengan kata lain, pembaca harus mampu mengambil kesimpulan sendiri, meskipun makna itu tidak terungkap secara eksplisit. Contohnya adalah sebagai berikut.

- (a) Becak dilarang beroperasi di Ibukota
- (b) Jakarta sudah menyaipkan gantinya

Inferensi yang menjembatani kedua ujaran (kalimat) pada contoh diatas adalah hubungan antara “ibukota” pada kalimat (a) dengan “Jakarta” pada kalimat (b) kedua hal tersebut seharusnya dipertalikan oleh satu kalimat lagi sebagai penghubung. Mislanya Ibukota Indonesia adalah Jakarta. Kalimat (c) inilah yang sebenarnya disebut sebagai “mata rantai yang hilang”. Kalimat ini ada tetapi tidak perlu ditampilkan secara eksplisit.

#### 4) Konteks Wacana

Menurut Mulyana (2005: 21), konteks ialah situasi atau latar terjadinya suatu komunikasi. Konteks dapat dianggap sebagai sebab dan alasan terjadinya suatu pembicaraan/dialog/. Segala sesuatu yang berhubungan dengan tutran, apakah itu berkaitan dengan arti, maksud, maupun informasinya, sangat bergantung pada konteks yang melatarbelakangi peristiwa tuturan itu. Menurut Syafi'ie (dalam Mulyana, 2005: 24) menambahkan bahwa, apabila dicermati dengan benar, konteks terjadinya suatu percakapan dapat dipilih menjadi empat macam, yaitu konteks linguistik (*linguistic context*), konteks epistemis (*epistemic context*), konteks fisik (*physical context*), konteks sosial (*social context*).

Konteks situasi adalah lingkungan langsung tempat teks itu benar-benar berfungsi. Dalam kajian sociolinguistik, Dell Hynes (dalam Mulyana, 2005: 23-24), merumuskan dengan baik sekali ihwal faktor-faktor penentu peristiwa tutur tersebut, melalui akronim *SPEAKING*. Tiap-tiap fonem mewakili faktor penentu yang dimaksudkan.

S : *setting and scene*, yaitu latar dan suasana. Latar (*setting*) lebih bersifat fisik, yang meliputi tempat dan waktu terjadinya tuturan. Sementara *scene* adalah latar psikis yang lebih mengacu pada suasana psikologis yang menyertai peristiwa tuturan.

P : *participants*, peserta tuturan, yaitu orang-orang yang terlibat dalam percakapan, baik langsung maupun tidak langsung. Hal-hal yang berkaitan dengan partisipan, seperti usia, pendidikan, latar sosial, dsb, juga menjadi perhatian.

E : *end*, hasil, yaitu hasil atau tanggapan dari suatu pembicaraan yang memang diharapkan oleh penutur (*ends as outcomes*), dan tujuan akhir pembicaraan itu sendiri (*ends in views goals*).

A : *act sequences*, pesan/amanat, terdiri dari bentuk *pesan (message form)* dan isi pesan (*message content*). Dalam kajian pragmatik, bentuk pesan meliputi: lokusi, ilokusi, dan perlokusi.

K : *key*, meliputi cara, nada, sikap, atau semangat dalam melakukan percakapan. Semangat percakapan antara lain, misalnya: serius, santai, akrab.

I : *instrumentalities* atau saran, yaitu sarana percakapan. Maksudnya dengan media apa percakapan tersebut disampaikan, misalnya: dengan cara lisan, tertulis, surat, radio, dan sebagainya.

- N : *norms*, atau norma, menunjuk pada norma atau aturan yang membatasi percakapan. Misalnya, apa yang boleh dibicarakan dan tidak, bagaimana cara membicarakannya: halus, kasar, terbuka, jorok, dan sebagainya.
- G : *genresi*, atau jenis, yaitu bentuk wacana. Hal ini langsung menunjuk pada jenis wacana yang disampaikan, misalnya: wacana telepon, wacana koran, wacana puisi, ceramah, dan sebagainya.

### c. Jenis Wacana

Klasifikasi atau pembagian wacana sangat tergantung pada aspek dan sudut pandang yang digunakan. Dalam hal ini Mulyana (2005: 47-66) memaparkan wacana dapat dipilih atas dasar berbagai segi, yaitu : dari segi bentuk, media, jumlah penutur, sifat, dan tujuan. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan yaitu wacana berdasarkan gaya dan tujuannya, menurut Mulyana (2005: 63) hanya terdapat satu wacana, yaitu wacana iklan. Wacana iklan menurut Wright (dalam Mulyana, 2005:63) menyatakan bahwa 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.

Umumnya, iklan dipasang di media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Perbedaan antara iklan dengan informasi atau pengumuman biasanya terletak pada ragam bahasa, retorika penyampaian, dan daya persuasi yang diciptakan. Pada iklan biasanya, bahasanya distrategikan agar berdaya persuasi, yaitu mempengaruhi masyarakat agar tertarik dan membeli. Iklan dapat dibagi ke dalam beberapa aspek, tergantung pada keperluan dan sudut pandangnya. Menurut Kasali (dalam Mulyana, 2005: 64) menjelaskan iklan dapat dibedakan menjadi tiga jenis,

yaitu: iklan baris, iklan display, dan iklan suplemen. Iklan baris berisi pesan-pesan komersial yang berhubungan dengan kebutuhan pihak pengiklanan, misalnya lowongan pekerjaan, kehilangan, jual-beli kendaraan bermotor dan sebagainya. Iklan display lebih bervariasi, dan biasanya memiliki jangkauan yang lebih luas. Iklan suplemen menyajikan informasi persuasif yang dikemas secara lebih formal. Berbagai pembagian jenis iklan di atas cenderung lebih sesuai untuk media cetak.

Dalam iklan, penggunaan bahasa menjadi salah satu aspek paling penting bagi keberhasilan iklan. Oleh karena itu bahasa iklan harus mampu menjadi manifestasi atau presentasi dari hal yang diinginkan pihak pengiklan kepada masyarakat luas. Tujuannya ialah untuk mempengaruhi masyarakat agar tertarik dengan sesuatu yang diiklankan. Menurut Jakobson (dalam Mulyana, 2005: 65) memaparkan bahasa iklan memiliki beberapa fungsi, yaitu (1) fungsi referensial, (2) fungsi emotif, (3) fungsi konatif atau persuasif, (4) fungsi metalinguistik, (5) fungsi fatik, dan (6) fungsi puitik. Bahasa iklan, di samping memiliki fungsi informatik, juga mengandung fungsi persuasif. Fungsi ini kiranya justru ditekankan untuk mendapat dampak nyata (efek perlokusi) dari suatu tuturan.

## **5. Iklan Kendaraan**

Wright (dalam Mulyana, 2005: 63-64) mengatakan 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 persuasi. Kemudian Jefkins (1997: 5) periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada para calon pembeli yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-

murahnya. Menurut Vera (2014: 43) iklan merupakan bagian dari komunikasi, dimana pesan tersebut berisi informasi tentang suatu produk, baik barang maupun jasa. Iklan memiliki ciri tertentu yaitu menggunakan bahasa yang menarik, sehingga orang yang membaca tertarik atau terpengaruh untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Iklan juga termasuk dalam bentuk wacana persuasi, karena iklan mempunyai tujuan untuk membujuk dan mempengaruhi pembaca. Umumnya, iklan dipasang di media massa, baik media elektronik atau media cetak.

Iklan kendaraan merupakan proses penyampaian informasi kepada khalayak umum tentang penawaran alat transportasi yang dihasilkan oleh produsen. Transportasi merupakan perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan menggunakan alat pengangkut. Alat transportasi yang diiklankan berupa kendaraan mesin seperti mobil dan sepeda motor yang mayoritas digunakan oleh semua masyarakat. Kendaraan yang banyak dimiliki dan digunakan oleh masyarakat adalah kendaraan roda empat dan roda dua. Kendaraan roda empat dan roda dua hampir dimiliki oleh semua masyarakat. Bahkan untuk kendaraan roda dua atau yang biasa disebut dengan sepeda motor menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat sekitar. Sepeda motor sudah marak digunakan oleh semua masyarakat, baik dari kalangan masyarakat bawah samapai kalangan masyarakat menengah keatas. Kendaraan sendiri memiliki fungsi diantaranya, yakni untuk memudahkan aktifitas manusia dalam kehidupan sehari-hari, untuk melancarkan arus barang maupun arus manusia, untuk memudahkan perkembangan pembangunan pada suatu daerah, dan untuk menunjang perkembangan ekonomi dengan jasa angkut. Adapun jenis-jenis kendaraan yang di keluarkan oleh produsen dengan berbagai merk yaitu:

Jenis kendaraan roda empat atau mobil

a. Toyota

(New Calya, New vios, New Corolla Altis, Agya, New Camry, Etios, Grand New Avanza, Yaris, New Rush, All New Kijang Inova, Navi, Fortuner, Hulux, Vellifire G, New Alphard, New Ft, Land cruiser, dan New Sienta).

b. Nissan

(Serena, New Grand Livina, New nissan Navara, New March, Juke Revolt, X-trail, dan All New Serena).

c. Suzuki

(APV, Ertiga, Suzuki Grand Vitara, karimun Estilo, Karimun Wagon R, New Swift, Suzuki Splash, dan Suzuki Sx-4).

d. Daihatsu

(Pick Up Granmax, Luxio, Great New Xenia, Ayla, New Terios, Sirion, dan Sibra).

e. Honda

(New Honda Mobilio, New Honda BR-V, New Honda Brio, New Honda CR-Z, New Honda CR-V, New Honda City, Honda Jazz, New Honda HR-V, Honda Brio Satya, Honda Civic, dan Honda Accord).

Jenis kendaraan sepeda motor

a. Yamaha

(Aerox 155, Yamaha XMAX 250, Yamaha Tricity 155, Vixion, dan R25 Facelift)

b. Honda

(Honda Africa Twin, Honda CRF250L, Honda CRF150, Honda scoopy).

c. Suzuki

(GSX R150, GSX S150, dan V Strom 250)

d. Kawasaki

(Kawasaki Z900)

e. Vespa

(Vespa Lxv, Vespa S, Vespa GTS Super, Vespa Sprint, Vespa 946 Armani, dan Vespa Primavera)

## 6. **Tabloid Otomotif**

Menurut Rifki (2015) tabloid adalah penerbitan periodik yang berisi artikel bervariasi dalam subyek yang bervariasi. Tabloid biasa diterbitkan mingguan, dwimingguan, dan bulanan. Tabloid biasanya memiliki artikel mengenai topik populer yang ditunjukkan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan bacaan yang mudah dimengerti oleh banyak orang. Tabloid sebagai media cetak, merupakan sebuah alat perantara untuk menyampaikan beberapa informasi yang bermanfaat bagi kalangan masyarakat. Gaya penyajian tabloid termasuk dalam kategori berita berkala (*New Magazine*).

Tabloid *otomotif* merupakan tabloid yang berisi tentang *otomotif* khususnya mengulas perkembangan, asesories serta modifikasi mobil dan motor. Tabloid otomotif sendiri memiliki 11 rubrik tetap dan beberapa rubrik lepas. Tabloid otomotif adalah sebuah tabloid mingguan yang ditargetkan untuk pria dan wanita remaja, berpendidikan, percaya diri, dinamis, modis, modern dan menyukai dunia otomotif. tabloid otomotif mempunyai lingkup bahasan seputar otomotif, modifikasi mobil, penjualan, motor dan *event-event otomotif* yang sedang *happening*, dan *lifestyle*. Keeratan hubungan tabloid dengan perkembangan dunia oomotif aksesoris serta modifikasi mobil dan motor menjadi fenomena yang menarik di Indonesia.

Berita ialah sebuah fakta yang memang sangat dianggap penting yang harus segera disampaikan pada masyarakat. Walaupun begitu tidak semua fakta bisa dijadikan berita oleh media, fakta-fakta yang nantinya akan dipilih dan kemudian akan mengetahui mana saja yang layak untuk disampaikan pada masyarakat. Pada biasanya berita akan memberikan informasi mengenai peristiwa-peristiwa terbaru, tapi juga terkadang berita digunakan supaya memberikan pengaruh terhadap masyarakat yang mendengarka dan membacanya.

Adapun ciri-ciri berita *otomotif* pada berita *otomotif* kalimatnya sederhana dan segera disampaikan. Struktur teks berita adalah berupa susunan mengenai cara teks tersebut dibangun. Berikut strukturnya: orientasi berita, peristiwa, dan sumber berita. Pada berita otomotif memuat tentang informasi mengenai kendaraan. Ciri-ciri otomotif antara lain yaitu yang diberitakan adalah sesuatu yang benar-benar terjadi, bukan gagasan opini seorang penulis, merupakan peristiwa unik (jarang terjadi), bukan sesuatu yang lazim terjadi setiap hari, actual, peristiwa yang diberikan baru saja terjadi atau sedang terjadi, bukan peristiwa lampau yang sudah tidak ada lagi hubungannya dengan saat ini, jika memberitakan tentang kejadian yang menimpa seseorang, orang tersebut adalah orang yang dikenal oleh masyarakat luas. Data-data yang diberikan sesuatu dengan peristiwa aslinya, artinya tidak ada rekayasa dari penulis berita. Bahasa serta berita yang disajikan menarik sehingga mampu menarik minat pembaca. Berita dibuat seakan-akan berita tersebut terlihat bukan seperti berita namun seperti sebuah cerita. Data yang diberitakan lengkap, terutama data-data yang penting. Untuk meminimalisir pertanyaan yang terbesit di otak pembaca, waktu dan tempat dari peristiwa yang diberikan jelas, Bahasa yang digunakan dalam berita mudah dipahami oleh pembaca. Jika terdapat istilah yang relative sulit dimengerti,

penjelasannya disertakan didalam berita, Menggunakan bahasa yang baku, bukan bahasa gaul, dan bersifat objektif. Alur peristiwa yang diberitakan runtut (kronologis), Menggunakan kalimat yang singkat, padat, dan jelas agar pembaca memahami berita dengan singkat, Sumber berita valid dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, Jika diperlukan mencantumkan suatu kutipan hasil wawancara mengenai peristiwa yang sedang diberitakan. Dalam suatu berita dapat berupa saksi mata, Tidak mencantumkan opini pribadi pada isi berita karena berita berbeda dengan artikel, Judul berita mewakili seluruh isi berita.

## 7. Peta Konsep

Skripsi berjudul “Implikatur Konvensional Iklan Kendaraan pada Tabloid Otomotif Edisi Februari 2017” menggunakan teori pragmatik yang terdiri dari aspek-aspek situasi tutur dan tuturan implikatur. Aspek-aspek tutur tersebut meliputi penutur dan lawan tutur, konteks tuturan, tujuan tuturan, tuturan sebagai bentuk tindakan atau aktivitas, dan tuturan sebagai bentuk tindak verbal. Teori implikatur di bagi menjadi dua yaitu, (1) implikatur konvensional yang diwujudkan melalui wujud implikatur dalam makna pragmatik imperatif, dan (2) implikatur percakapan. Wujud implikatur dalam makna pragmatik imperatif dibagi menjadi empat, yaitu (1) tuturan yang mengandung makna pragmatik imperatif ajakan, (2) tuturan yang mengandung makna pragmatik imperatif bujukan, (3) tuturan yang mengandung makna pragmatik imperatif harapan, dan (4) tuturan yang mengandung makna pragmatik imperatif anjuran. Pada bagian iklan kendaraan teori yang digunakan adalah wacana, iklan kendaraan, dan tabloid *otomotif*. Paparan teori pada BAB II ini dapat disederhanakan dalam bentuk bagan.

Bagan.

