

## **IMPLIKATUR DALAM IKLAN ROKOK DI TELEVISI 2005-2016**

*IMPLICATURE STUDY ON CIGARETTE ADVERTISEMENTS THAT APPEAR IN TELEVISION IN 2005-2016*

Oleh: hardika ajeng hapsari, universitas negeri yogyakarta, [hardikaajeng@gmail.com](mailto:hardikaajeng@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis implikatur, wujud tuturan berimplikatur, dan fungsi tuturan berimplikatur yang terkandung dalam iklan tahun 2005-2016. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data diperoleh dengan metode simak bebas libat cakap, teknik rekam, dan teknik catat. Metode analisis data menggunakan metode padanpragmatik. Uji keabsahan data menggunakan teknik pemeriksaan teman sejawat melalui diskusi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, jenis implikatur dalam iklan rokok tahun 2005-2016, yaitu a) implikatur percakapan dan b) implikatur konvensional; kedua, wujud tuturan berimplikatur dalam iklan rokok tahun 2005-2016, yaitu a) kalimat tanya, b) kalimat perintah, dan c) kalimat seru; ketiga, fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan rokok tahun 2005-2016, yaitu a) direktif, b) ekspresif, c) representatif, dan d) ekspresif. .

Kata kunci: *implikatur, fungsi tuturan berimplikatur, wujud tuturan berimplikatur, iklan rokok*

### **Abstract**

*This study aims to describe the type of implicature, the form of implicit speech, and the implicit speech functions contained in cigarette advertisement in 2005-2016. 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 pragmatic comparing method. To test the validity of the data used peer review techniques through discussion. The results of this research show that, first, the type of implicature in cigarette advertisement year 2005-2016, that is a) conversational implicature and b) conventional implicature; second, the form of the implies implies in cigarette advertisement year 2005-2016, that is a) sentence question, b) sentence of command, and c) exclamation sentence; third, the function of the implies implies in the cigarette advertisement of 2005-2016, that is a) directive, b) expressive, c) representative, and d) expressive.*

*Keywords: implicature, the form of implicit speech, the implicit speech functions, cigarette advertisement*

## **PENDAHULUAN**

Iklan merupakan komunikasi nonpersonal yang disiarkan melalui televisi, radio, majalah, surat kabar, internet, atau media lainnya. Iklan merupakan komponen kunci dari program promosi dan paling luas digunakan (Wijatno, 2009:191).

Banyak ragam iklan yang ditayangkan di televisi Indonesia. Iklan-iklan tersebut misalnya, iklan layanan masyarakat, iklan acara televisi, dan iklan sebuah produk. Iklan sebuah produk biasanya menampilkan produk yang akan dijual di dalam iklan yang ditayangkan tersebut. Namun, berbeda dengan iklan minuman, iklan rokok tidak menampilkan produk rokok dan kata-kata “rokok” secara eksplisit. Hal ini disebabkan oleh peraturan dalam Undang-Undang Penyiaran.

Undang-Undang Penyiaran adalah undang-undang yang mengatur tentang kegiatan siaran di Indonesia. Pasal 46 ayat 3 poin c, menyebutkan bahwa siaran iklan niaga dilarang melakukan promosi rokok yang memperagakan

wujud rokok. Oleh karena itu, produsen dan pembuat iklan rokok harus lebih kreatif dalam membuat konten iklan dan tagline iklan rokok tersebut. Penonton tetap bisa mengenali iklan tersebut sebagai iklan rokok meskipun tidak menampilkan rokok dalam iklan.

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.

Dalam sebuah iklan rokok ditampilkan sekelompok anak muda yang sedang *nongkrong* di kafe. Para pengunjung kafe terdengar sangat berisik karena mereka berbicara pada saat yang bersamaan. Pada saat itulah muncul *tagline* “filterin aja”.

*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 tafsir.

Implikatur merupakan segala sesuatu yang tersembunyi di balik penggunaan bahasa secara aktual, benar, dan sesungguhnya (Zamzani, 2007: 28). Masyarakat juga jarang mengetahui implikatur yang terdapat dalam iklan rokok Djarum. Hal ini yang membuat iklan tersebut menarik untuk diteliti.

Fenomena inilah yang menarik untuk diteliti. Peneliti merasa perlu untuk meneliti implikatur dalam iklan rokok Djarum Coklat. Judul “Implikatur dalam Iklan Rokok di Televisi Tahun 2005-2016” dipilih karena penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya.

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan (1) jenis implikatur yang terdapat dalam iklan rokok 2005-2016, (2) wujud tuturan berimplikatur yang terdapat dalam iklan rokok 2005-2016, dan (3) fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan rokok 2005-2016.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dapat diketahui bahwa data yang dikumpulkan dalam metode deskriptif kualitatif adalah berupa deskripsi kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.

### **Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah tuturan yang terdapat dalam iklan rokok tahun 2005-2016 yang pernah ditayangkan di televisi Indonesia. Terdapat beberapa iklan rokok yang ditayangkan di televisi Indonesia seperti Dunhill, Marlboro, Djarum Super, Djarum Coklat, dan lainnya. Djarum Coklat memiliki banyak varian dibandingkan dengan rokok lain sehingga memiliki iklan rokok terbanyak, yaitu 30 iklan rokok yang pernah ditayangkan sejak tahun 2005 sampai tahun 2016 (sumber: youtube.com), sehingga iklan rokok Djarum Coklat dipilih sebagai sumber data karena dianggap memadai untuk memberikan data yang dibutuhkan.

Objek dalam penelitian ini ialah implikatur yang terdapat dalam iklan rokok yang ditayangkan di televisi tahun 2005-2016.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan oleh peneliti ialah peneliti sendiri (*human instrument*) sebagai instrumen utama penelitian. Peneliti menetapkan fokus penelitian, melakukan pengumpulan data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan. Peneliti dituntut untuk menguasai ilmu pragmatik, khususnya implikatur.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini ialah dengan teknik simak bebas libat cakap diikuti dengan teknik rekam dan teknik catat.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pragmatik, yaitu teknik yang alat penentunya adalah tuturan (Kesuma, 2007: 49). Teknik dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pilah unsur penentu. Maksudnya adalah teknik analisis data dengan cara memilah-milah satuan kebahasaan yang dianalisis dengan alat penentu berupa

yapilah yang bersifat mental yang dimiliki oleh peneliti itu sendiri (Sudaryanto, 1993:21).

### **Uji Keabsahan Data**

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini digunakan dua teknik, yaitu teknik ketekunan dan pemeriksaan teman sejawat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Jenis implikatur yang ditemukan dalam penelitian ini adalah implikatur percakapan dan implikatur konvensional. Ditemukan satu tuturan yang termasuk ke dalam jenis implikatur percakapan dan sembilan tuturan termasuk ke dalam jenis implikatur konvensional dari 98 tuturan, sisanya bukan merupakan tuturan yang berimplikatur.

Wujud tuturan berimplikatur yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kalimat tanya, kalimat perintah, dan kalimat seru. Data terbanyak adalah kalimat seru sebanyak lima kalimat, disusul dengan kalimat perintah berjumlah tiga kalimat, dan kalimat tanya sejumlah satu kalimat.

Fungsi tuturan berimplikatur yang ditemukan dalam penelitian ini berbentuk direktif, komisif, representatif, dan ekspresif. Terdapat satu fungsi tuturan berimplikatur yang tidak ditemukan dalam penelitian ini, yaitu deklaratif. Fungsi tuturan direktif ditemukan sejumlah dua tuturan, begitu pula dengan fungsi tuturan komisif ditemukan data sejumlah dua tuturan, fungsi tuturan representatif ditemukan sejumlah satu tuturan, sedangkan fungsi tuturan ekspresif ditemukan sejumlah empat data.

## **Pembahasan**

### **Jenis Implikatur dalam Iklan Rokok Tahun 2005-2016**

#### **Implikatur Percakapan**

(1) Konteks: Iklan ditampilkan dengan pengambilan scene yang dilihat dari atas, kemudian terfokus pada segerombolan anak muda yang sedang menaiki mobil dalam keadaan yang macet dan cuaca terlihat panas. Terlihat seorang pria memakai baju rapi kemudian mengeluarkan kepalanya dari dalam mobil dan beradu mulut dengan seorang

pengendara motor yang hanya memakai pakaian kaos dan jaket. Gerombolan anak muda yang ada ditengah tengah mereka pun merasa terganggu dan mengeluarkan reaksi seperti menutup wajah dan menutup telinga. Salah satu dari mereka kemudian terlihat mempunyai ide.

Pemuda: “Difilter aja”.  
(2015/DCF/26/3)

Teman-teman: “Jangan marah-marah, nanti tambah susah, jangan marah-marah mari ramah-ramah.”

Tuturan “difilter aja” dalam iklan ini memunculkan implikatur sebagai berikut.

- 1) Penutur menuturkan tuturan “difilter aja” untuk mengoreksi kedua bapak tersebut agar memfilter kata-kata yang diucapkan sehingga tidak terjadi adu mulut.
- 2) Penutur menuturkan tuturan “difilter aja” untuk menunjukkan filter pada rokok.

#### **Implikatur Konvensional**

- (2) Konteks: terlihat sebuah puzzle yang memperlihatkan kata “patet”, kemudian kata dalam puzzle tersebut berubah menjadi kata “pteat”, berubah lagi menjadi kata

“ettap”, “taetp”, dan berakhir dengan membentuk kata “tepat”.

Narator: “Oh, tepat”. (2008/dc/7/2)

Tuturan tersebut memunculkan implikatur sebagai berikut.

- 1) Penutur menuturkan tuturan “oh, tepat” untuk menyatakan bahwa puzzle yang sedang disusun sudah membentuk kata yang tepat.
- 2) Penutur menuturkan tuturan “oh, tepat” untuk menyatakan pilihan rokok yang tepat.

### **Wujud Tuturan Berimplikatur dalam Iklan Rokok Tahun 2005-2016**

#### **Kalimat Seru**

Kalimat seru adalah kalimat yang digunakan oleh penutur untuk menyatakan perasaan kagum atau heran.

- (3) Konteks : terlihat empat orang pemuda dan seorang pemudi sedang melakukan ekspedisi dalam hutan, mereka berhenti di sebuah tempat untuk beristirahat, terlihat seorang pemuda menuliskan kata extra di tanah, kata extra tersebut

kemudian melayang dan menyentuh pohon-pohon dan mengubahnya menjadi berwarna emas.

Pemuda: “Extra!”. (2011/dce/20/)

Pada data (3) di atas, implikatur yang disampaikan oleh penutur adalah untuk menunjukkan bahwa produk rokok dalam iklan tersebut benar memiliki kelebihan dibanding dengan rokok lain, yaitu kemasan hard pack dan adanya foil pada rokok untuk menjaga aroma dan rasa, selain itu terdapat papir unik aromatik berwarna coklat. Tuturan tersebut menunjukkan kepuasan perokok terhadap rokok tersebut.

#### **Kalimat Perintah**

Kalimat perintah mengandung maksud untuk memerintah atau memintakan agar mitra tutur melakukan sesuatu untuk penutur.

- (4) Konteks : Terlihat sebuah TV yang mengalami gangguan siaran, sehinggahnyamenampilkangaris hitam putih di layar, kemudian layar berubah menjadi gelap.

Narator: “Djangan berisik mari ngomong yang baik.” (2016/DCF/27/1)

Tuturan “djangan berisik mari ngomong yang baik.” di atas disampaikan oleh narator sebagai penutur. Secara implisit tuturan tersebut mendeskripsikan filter dalam rokok. Kalimat tersebut secara tidak langsung memerintah mitra tutur untuk menggunakan filter pada rokok.

### **Kalimat Tanya**

Kalimatnya adalah kalimat yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur untuk memperoleh jawaban.

(5) Konteks : puzzle memperlihatkan kata “patet”, kemudian membentuk kata pteat, ettap, taetp kemudian muncullah kata tepat.

Narator: “Patet? Pteat? Ettap? Taetp? Tepat?” (2008/dc/7/1)

Tuturan “Patet? Pteat? Ettap? Taetp? Tepat?” dimaksudkan untuk memberikan pertanyaan kepada mitra tutur. Tujuan dari pertanyaan tersebut adalah untuk memberikan pilihan kepada penonton. Kalimat

pertanyaan ini memunculkan pemahaman lain bahwa kata-kata tidak beraturan dalam kalimat tanya tersebut adalah produk rokok lain dan kata “tepat?” pada akhir kalimat tersebut menunjukkan bahwa produk dalam iklan tersebut adalah produk rokok yang tepat.

### **Fungsi Tuturan Berimplikatur dalam Iklan Rokok Tahun 2005-2016**

#### **Tuturan Berimplikatur dengan Fungsi Tuturan Direktif**

Fungsi tuturan direktif berfungsi untuk membuat mitra tutur melakukan tindakan yang diinginkan penutur.

(6) Konteks : Terlihat sebuah TV yang mengalami gangguan siaran, sehinggahnyamenampilkangarishita mputih di layar, kemudian layar berubah menjadi gelap, muncultuturan

Narator: “Djangan berisik mari ngomong yang baik”. (2016/DCF/27/1)

Contoh tuturan “djangan berisik mari ngomong yang baik” termasuk ke dalam bentuk direktif dengan jenis implikatur

konvensional. Tuturan berimplikatur dengan fungsi direktif di atas, termasuk ke dalam fungsi melarang dan menyarankan, karena dalam tuturan tersebut berisi pendapat yang dapat dipertimbangkan.

### **Tuturan Berimplikatur dengan Fungsi Tuturan Komisif**

(7) Konteks: Setting berada di sebuah restoran yang berisik karena adanya pengunjung yang marah-marah, terlihat seorang pemuda menjentikkan jari seolah menemukan ide brilian.

Narator: "Difilter aja" (2015/dcf/25/1)

Tuturan "difilter aja" dalam data (7) merupakan tuturan berimplikatur yang berfungsi menawarkan. Maksud tuturan tersebut adalah menawarkan atau memberi pilihan agar mitra tutur memfilter tuturan yang terdengar sangat berisik. Selain arti tersurat tersebut tuturan "difilter aja" juga mengimplikasikan kepada penonton bahwa telah terdapat filter dalam rokok.

### **Tuturan Berimplikatur dengan Fungsi Tuturan Representatif**

Fungsi tuturan representatif berfungsi menyatakan hal yang diyakini oleh penutur.

(8)

Konteks: Puzzle memperlihatkan kata "patet?", "pteat?", "ettap?", "taetp?"

Narator: "Patet?", "Pteat?", "Ettap?", "Taetp?" (2008/dc/7/1)

Tuturan "Patet?", "Pteat?", "Ettap?", "Taetp?" dalam data (8) merupakan tuturan yang terdapat dalam salah satu iklan rokok.

Narator merupakan penutur. Tuturan tersebut muncul berfungsi untuk menyebutkan beberapa hal yang diyakini oleh penutur.

Tuturan tersebut memunculkan implikasi sebagai berikut.

1) Penutur menuturkan tuturan "pteat?", "ettap?", "taetp?" karena merasa bingung dengan susunan huruf yang tidak mempunyai arti.

2) Penutur menuturkan tuturan "pteat?", "ettap?", "taetp?" sebagai penggambaran saingan-



saingan produk rokok dalam iklan tersebut.

### **Tuturan Berimplikatur dengan Fungsi Tuturan Ekspresif**

Fungsi tuturan ekspresif berfungsi untuk menyatakan sesuatu yang dirasakan oleh penutur.

#### **(10) Konteks**

: Terlihat seseorang sedang mengirimi pesan dengan kata “extra” melalui sebuah tablet, di dalam sebuah mobil, muncullah kata extra berwarna emas yang keluar dari tablet tersebut kemudian menyentuh benda-benda di sekitarnya dan mengubahnya menjadi berwarna emas.

Pemuda: “Extra!”

(2012-2013/dce/24/1)

Tuturan “extra!” dalam data (9) merupakan tagline iklan rokok yang menunjukkan perasaan yang dirasakan oleh penutur terhadap hal yang dialaminya. Tuturan tersebut memunculkan implikatur sebagai berikut.

- 1) Penutur merasa juk karena kata “extra!” tersebut keluar dari sebuah tablet dan melayang-layang di udara.
- 2) Tuturan “extra!” berbentuk emas menggambarkan kualitas yang lebih baik dibandingkan rokok lain.

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

1. Jenis implikatur yang ditemukan dalam iklan rokok tahun 2005-2016 adalah implikatur percakapan. Ditemukan satu tuturan yang termasuk dalam implikatur percakapan dan sembilan tuturan yang termasuk dalam implikatur konvensional dari 98 tuturan. Data tuturan yang lain bukan merupakan implikatur.
2. Wujud tuturan berimplikatur yang ditemukan dalam penelitian ini adalah alimattanya, kalimat perintah, dan kalimat seru. Data berupa kalimat seru ditemukan paling banyak dalam penelitian ini, yaitu berjumlah lima kalimat. Data terbanyak kedua adalah kalimat perintah

h yang  
berjumlah tiga kalimat dan terakhir kali  
mattanya ditemukan sebanyak satu kali  
mat.

3.

Fungsi tuturan berimplikatur dalam iklan rokok tahun 2005-2016 yakni berbentuk direktif, komisif, representatif, dan ekspresif. Fungsi tuturan deklaratif tidak ditemukan dalam iklan rokok tahun 2005-2016. Fungsi tuturan direktif ditemukan sejumlah dua tuturan. Dua tuturan tersebut berfungsi melarang dan menyarankan. Fungsi tuturan komisif ditemukan dua tuturan yang berfungsi untuk menawarkan. Fungsi tuturan bentuk representatif sejumlah dua tuturan dengan fungsi menyebutkan dan menyatakan. Fungsi tuturan bentuk ekspresif sejumlah empat tuturan. Tuturan yang berfungsi untuk mengekspresikan perasaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kesuma, Tri Mastoyo Jati. 2007. *Pengantar Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Carasvati Books.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Wijatno, Serian. 2009. *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: PT Grasindo.
- Zamzani. 2007. *Kajian Sosiopragmatik*. Yogyakarta: Cipta Pustaka.