

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang dipergunakan oleh para anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri (Kridalaksana, 2008: 24). Fungsi bahasa sebagai alat komunikasi menjadikan bahasa penting bagi manusia. Hal itu terbukti dengan adanya pemakaian bahasa yang digunakan oleh manusia untuk menyatakan pendapat, menginformasikan berita, dan lain-lain.

Bahasa sebagai alat komunikasi termasuk dalam fungsi umum bahasa. Jakobson (Soeparno, 2002: 7) membagi fungsi bahasa atas enam macam, yakni fungsi emotif, konatif, referensial, puitik, fatik, dan metalingual. Sedangkan, Finocchiaro (Lubis, 1991: 4) membagi fungsi bahasa itu atas lima bagian, yaitu personal, interpersonal, direktif, referensial, dan imajinatif.

Perwujudan dari fungsi bahasa itulah pada akhirnya manusia sebagai pencipta bahasa melakukan sebuah evolusi terhadap fungsi bahasa sebagai media penyampaian informasi. Oleh karena itu, maka timbullah yang dinamakan bahasa isyarat (simbol). Dengan evolusi fungsi bahasa itu juga pada akhirnya manusia atau masyarakat pengguna bahasa mampu memaknai apa yang tersirat serta apa yang tersurat dalam sebuah bahasa, maka cukuplah dengan dua kata, tiga kata, bahkan satu pengguna bahasa mampu memahami maksud serta tujuan dari apa yang ingin diungkapkan.

Manusia selalu menggunakan bahasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Mereka melakukan komunikasi untuk memenuhi keinginannya sebagai makhluk sosial yang saling berhubungan untuk melakukan kerjasama. Komunikasi yang baik itu melibatkan lawan tutur yang mempunyai latar belakang sama atau sederajat. Percakapan merupakan tempat untuk memungkinkan terwujudnya prinsip-prinsip kerjasama dan sopan santun dalam peristiwa berbahasa. Hal semacam itu menuntun seseorang untuk memahami implikatur percakapan, agar apa yang diucapkan dapat dipahami oleh lawan tutur.

Pemakaian bahasa dan fungsi bahasa dapat ditemukan dalam berbagai macam kegiatan, salah satunya adalah kegiatan perdagangan khususnya penawaran barang dalam bentuk iklan. Dalam iklan kalimat-kalimat yang dilontarkan untuk konsumen biasanya disusun menarik dan rapi agar para konsumen tertarik akan benda yang dipasarkan lewat iklan. Kalimat iklan yang menarik itu bisa tergambarkan dari penggunaan majas-majas dalam kalimat iklan tersebut.

Televisi atau Radio menampilkan iklan dalam dalam program mereka, ini diketahui sebagai televisi atau radio komersil. Meskipun beberapa media memiliki cara yang berbeda dalam menawarkan hasil produknya, tetapi mereka memiliki fungsi yang sama yang mana bertujuan untuk memberitahu dan mempengaruhi masyarakat. Dalam hal ini iklan membutuhkan berbagai jenis bahasa untuk mengkomunikasikan semua itu. Sebagaimana semua yang dihasilkan tidak akan bisa menjadi efektif bagi konsumen jika produsen tidak memberikan kualitas dan hasil pengemasan secara baik. Sebuah pengemasan seharusnya dirancang dengan

baik karena ini membantu promosi dan pemasaran produk itu sendiri. Sebuah iklan membutuhkan jenis bahasa yang baik untuk mengkomunikasikan dan memasarkannya. Penggunaan bahasa dalam sebuah iklan merupakan hal penting dalam sebuah produk marketing. Jadi, produsen akan berhati-hati dalam mengiklankan produknya. Produsen mencoba merealisasikan periklanan yang baik sehingga iklannya bisa diterima oleh seluruh lapisan masyarakat lebih mudah mengingat dan mengetahui iklan tersebut.

Periklanan adalah setiap bentuk penyajian dan promosi bukan kepribadian yang dibayar mengenai gagasan, barang atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi (Kotler, 1991: 139). Tujuan periklanan televisi dapat digolongkan menurut sasarannya, yaitu untuk memberi informasi, persuasi, mengingatkan para pembeli, menambah nilai, dan membantu aktivitas lain yang dilakukan perusahaan (Suyanto, 2005: 53). Iklan memiliki fungsi yang penting dalam hubungan antara produsen dan konsumen dalam menawarkan barang yang lebih efisien. Iklan bisa termasuk dalam fungsi bahasa direktif karena kegiatan iklan yang sebagai salah satu alat promosi utama untuk mengarahkan komunikasi yang sifatnya membujuk kepada konsumen.

Iklan bisa dijumpai diberbagai media, salah satunya adalah televisi. Televisi dipilih oleh produsen sebagai media iklan karena televisi sekarang telah menjadi *top center* dimasyarakat dan memiliki jangkauan yang luas. Kemampuan audio visual televisi sangat menunjang iklan untuk menarik konsumen karena mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Iklan bisa mempengaruhi emosional

manusia untuk memiliki sesuatu benda, asalkan iklan menggunakan bahasa dan kemampuan audio visual yang menarik.

Bahasa dalam iklan bisa beragam dan bisa menimbulkan sebuah implikatur percakapan yang menarik. Terkadang untuk mengerti maksud dari bahasa iklan seseorang harus mengetahui konteks situasi. Apabila seseorang tidak mengetahui konteks situasi, seseorang itu bisa tergelincir dalam suatu maksud yang tidak sama dengan apa yang dikehendaki oleh iklan tersebut. Seseorang perlu mempunyai suatu kerjasama supaya mengerti maksud tuturan yang dilontarkan. Kerjasama yang dimaksudkan adalah pengetahuan latar belakang dan konteks situasi. Konteks situasi itu bisa berupa tempat, waktu, kebudayaan, dan sebagainya.

Dalam persaingan iklan produk obat kita bisa melihat adanya implikatur percakapan yang terjadi. Implikatur dalam iklan produk ini biasanya berupa tuturan yang menyatakan sesuatu untuk meyakinkan, membandingkan, sindiran, saran dan sebagainya. Kalimat-kalimat dalam iklan produk obat biasanya dibuat sedemikian rupa untuk meyakinkan para konsumen untuk memilih produk obat yang diiklankan. Tuturan yang muncul dalam iklan produk obat berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, untuk menjaga etika kesopanan, untuk menyindir secara halus, dan sebagainya. Tuturan berupa sindiran itu muncul, seperti dalam iklan tolak angin (*orang pintar minum tolak angin*) dengan antangin (*orang bejo*).

Implikatur percakapan yang muncul dalam iklan produk obat di televisi dikarenakan sutradara menyimpang dari prinsip kerjasama. Hal semacam ini sengaja dilakukan sutradara untuk dapat menghasilkan tuturan yang memiliki

makna sesuai kemauan dengan menggunakan tuturan berbahasa yang indah atau baik.

Untuk menemukan atau memahami implikatur percakapan pada iklan produk obat di televisi, konteks perlu diperhatikan. Konteks yang sangat berpengaruh pada pemaknaan dalam sebuah tuturan. Konteks meliputi semua situasi yang berada di luar teks seperti tempat, partisipan, dan sebagainya.

Bahasa atau kalimat dalam iklan dituntut agar menggugah, menarik, mengidentifikasi, menggalang kebenaran, dan menggabungkan pesan dengan komparatif kepada khalayak. Struktur kata dalam iklan menggugah, mencermati kebutuhan konsumen, memberi solusi, dan memberikan perhatian, informatif, kata-katanya harus jelas, bersahabat, persuasif, rangkaian kalimatnya membuat konsumen nyaman, senang, dan menghibur.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“Implikatur Percakapan Iklan Produk Obat di Televisi”**, karena dalam iklan produk obat sering terjadi persaingan yang memperebutkan simpati dari masyarakat. Persaingan itu tak lepas dari berbagai macam strategi pemilihan media periklanan, cara penyampaian pesan, menetapkan sasaran promosi penjualan, dan sebagainya. Akhir-akhir ini iklan obat memiliki sorotan tersendiri dari masyarakat, karena iklan herbal yang mulai bermunculan. Iklan obat herbal biasanya diiklankan dengan adanya kata-kata ‘obat ini tidak memiliki efek samping’ mampu memikat hati konsumen untuk mencobanya. Hal semacam ini menimbulkan daya saing yang tinggi, bukan hanya obat herbal dengan obat obat herbal saja melainkan obat herbal dengan obat kimia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana implikatur percakapan yang terjadi pada iklan produk obat di televisi?
2. Penanda implikatur percakapan apa sajakah yang muncul dalam tuturan iklan obat di televisi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan implikatur percakapan yang terdapat pada iklan produk obat di televisi.
2. Mendeskripsikan penanda implikatur percakapan yang terdapat dalam iklan produk obat di televisi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan mahasiswa untuk lebih memahami ilmu pengetahuan bidang linguistik khususnya mengenai implikatur percakapan dalam pragmatik.

2. Manfaat praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk memahami secara menyeluruh, maksud dari apa yang ingin disampaikan dalam iklan obat yang disajikan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

Implikatur percakapan sebagai salah satu aspek kajian pragmatik perhatian utamanya adalah mempelajari “maksud dan ucapan” sesuai dengan konteksnya. Dengan perkataan lain, implikatur percakapan dipakai untuk menerangkan makna implisit dibalik apa yang diucapkan penulis atau dituliskan sebahai sesuatu yang diimplikasikan. Implikatur percakapan ini didasari oleh teori implikatur Grice. Menurut Grice (1967) ada seperangkat asumsi yang melingkupi dan mengatur kegiatan percakapan dan sebagai suatu tindakan berbahasa. Seperangkat asumsi itu akan memandu tindakan orang dalam percakapan untuk mencapai hasil yang baik.

Untuk mendukung penelitian ini digunakan beberapa teori yang dianggap relevan yang diharapkan dapat mendukung temuan di lapangan agar dapat memperkuat teori dan keakuratan data. Teori-teori tersebut adalah pragmatik, implikatur, prinsip kerjasama, dan konteks situasi. Teori implikatur meliputi 1) hakikat implikatur, 2) konsep implikatur, 3) implikatur percakapan, 4) penanda implikatur.

A. Kajian Pustaka

1. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Agustina pada tahun 2009 tentang implikatur yang berjudul *Implikatur Dalam Wacana Iklan Politik Pemilu Tahun 2009* menemukan wujud tuturan berupa kalimat berita, perintah, gabungan antara kalimat berita dan kalimat tanya. Implikatur yang ditemukan adalah perintah

berupa ajakan dan harapan agar pembaca memilih partai yang terdapat dalam iklan. Dalam penelitian tersebut ditemukan adanya penyimpangan maksim kerjasama yang berupa pelanggaran terhadap maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada permasalahan yang dikaji tentang implikatur dan penanda implikatur berupa penyimpangan prinsip kerjasama. Perbedaan penelitian ini adalah iklan obat di televisi sedangkan sumber data pada penelitian sebelumnya adalah wacana politik iklan pemilu.

Penelitian yang dilakukan oleh Ekayanti 2013 yang berjudul 'Implikatur dalam Wacana Pojok Mang Usil'. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti implikatur dalam bidang pragmatik. Penelitian ini mendeskripsikan tentang fungsi implikatur dalam sebuah percakapan yang di dalamnya mengandung fungsi kalimat kritikan yang mengandung sindiran, kalimat pernyataan dan sindiran, kalimat perintah yang dikombinasikan dengan sindiran, kalimat pernyataan dan kritikan, kalimat dukungan dan sindiran, kalimat pernyataan yang menggunakan bahasa humor, kalimat yang menyindir dengan menggunakan bahasa humor, dan kalimat ajakan yang didalamnya terdapat sindiran yang dengan menggunakan bahasa humor.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhajjah Sartini Ainini pada tahun 2011 tentang implikatur yang berjudul *Implikatur Percakapan Bahasa Iklan Pulsa di Televisi* menemukan adanya tiga jenis tindak tutur yang digunakan dalam iklan di televisi. Tiga jenis tindak tutur itu adalah jenis tindak tutur tidak langsung dan literal. Implikatur yang ditemukan dalam iklan pulsa di televisi ada empat jenis

yaitu menginformasikan, meyakinkan, membandingkan dan mengingatkan. Penanda kemunculan implikatur berupa pelanggaran prinsip kerja sama yang ditemukan dalam iklan pulsa di televisi ialah pelanggaran prinsip kuantitas, relevansi, dan cara. Penanda kemunculan implikatur berupa gaya bahasa yang ditemukan dalam iklan pulsa di televisi adalah gaya bahasa ironi, hiperbola, meiosis, dan metafora. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada permasalahan yang dikaji tentang implikatur. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya juga terdapat pada penanda kemunculan implikatur percakapan berupa penyimpangan prinsip kerjasama. Sumber data pada penelitian ini adalah iklan obat sedangkan sumber data pada penelitian sebelumnya adalah iklan pulsa di televisi.

2. Pragmatik

Pada hakikatnya pragmatik mengkaji maksud penutur dalam menuturkan sebuah satuan lingual tertentu pada sebuah bahasa. Kajian pragmatik selalu terarah pada permasalahan pemakaian bahasa dalam suatu masyarakat bahasa, mengungkap bagaimana perilaku bahasa suatu masyarakat bersosialisasi (Zamzani, 2007: 16).

Pragmatik dan semantik memiliki hubungan yang erat, dikarenakan memiliki kesamaan yang mengkaji tentang makna. Menurut Wijana (1996: 2), semantik dan pragmatik adalah cabang-cabang ilmu bahasa yang menelaah makna-makna satuan lingula, hanya saja semantik mempelajari makna secara eksternal.

Pragmatik dan semantik dalam menelaah sebuah makna memiliki suatu perbedaan yang mendasar yaitu dalam penggunaan konteks. Semantik adalah makna yang bebas konteks, sedangkan pragmatik adalah makna yang terikat konteks (Wijana, 2006: 2).

Beberapa ahli bahasa mengemukakan definisi tentang pragmatik. Pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca) (Yule, 2006: 3). Pragmatik adalah syarat-syarat yang mengakibatkan serasi tidaknya pemakaian bahasa dalam komunikasi (Kridalaksana, 2008: 198). Berdasarkan pendapat ahli bahasa, dapat disimpulkan bahwa pragmatik adalah ilmu bahasa yang terkait tentang makna dan berhubungan erat dengan konteks keadaan.

3. Hakikat Implikatur

Menurut Mey (Nadar, 2009: 60) implikatur "*implicature*" berasal dari kata kerja *to imply* sedangkan kata bendanya adalah *implication*. Sedangkan Echols (Mulyana, 2005: 11) mengatakan implikatur diturunkan dari kata "*implicaturn*". Istilah ini hampir sama dengan kata *implication*, yang artinya adalah maksud, pengertian keterlibatan,. Implikatur sering terjadi dalam berkomunikasi dan memiliki fungsi sebagai jembatan yang menghubungkan antara yang diucapkan dengan yang diimplikasikan.

Beberapa ahli bahasa mengemukakan definisi tentang implikatur. Menurut Lubis (1991: 70), implikatur adalah arti atau aspek arti pragmatik. Grice (Rahardi, 2005: 43) dalam artikelnya yang berjudul "*Logic and Conversatioan*"

menyatakan bahwa sebuah tuturan dapat mengimplikasikan proposisi yang bukan merupakan bagian dari tuturan tersebut. Proposisi yang diimplikasikan itu dapat disebut dengan implikatur.

Menurut Nababan (Mulyana, 2005: 11) menyatakan bahwa implikatur berkaitan erat dengan konvensi kebermaknaan yang terjadi di dalam proses komunikasi. Zamzani (2007: 28) memberikan definisi bahwa implikatur merupakan segala sesuatu yang bersembunyi dibalik penggunaan bahasa secara aktual, benar, dan sesungguhnya. Sementara itu, Mulyana (2005: 11) menyatakan bahwa dalam lingkup analisis wacana, implikatur berarti sesuatu yang terlibat atau menjadi bahan pembicaraan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa implikatur adalah makna yang tersirat dalam suatu tuturan yang berhubungan erat dengan tujuan tuturan, konteks tuturan, penutur dan lawan tutur.

4. Konsep Implikatur

Komunikasi dapat berjalan dengan lancar ketika mitra tutur dan penutur memiliki semacam kesamaan latar belakang pengetahuan tentang sesuatu yang diperlukan. Latar belakang pengetahuan dalam hal implikatur berkaitan dengan konteks. Konteks yang dimaksudkan adalah konteks epistemis, konteks yang mempengaruhi implikatur bukan hanya konteks epistemis saja, ada konteks fisik, dan sebagainya.

Implikatur digunakan dalam berbahasa bukan semata-mata melakukan dengan ketidaksengajaan atau tidak memiliki fungsi. Implikatur digunakan dalam

berbahasa memiliki pertimbangan dalam sebuah makna tuturan. Pertimbangan makna tuturan dalam implikatur terkadang memiliki fungsi menyindir, menyatakan, memerintah, dan sebagainya. Fungsi-fungsi tersebut biasanya tidak diungkapkan secara langsung untuk menjaga etika kesopanan, menjaga agar tidak menyinggung perasaan orang ataupun sebaliknya.

Menurut Levison (Lubis, 1991: 73) ada empat macam faedah konsep implikatur yaitu:

- a. Dapat memberikan penjelasan makna atau fakta-fakta kebahasaan yang tak terjangkau oleh teori linguistik.
- b. Dapat memberikan penjelasan yang tegas tentang perbedaan lahiriah dari yang dimaksud si pemakai bahasa.
- c. Dapat memberikan pemerian semantik yang sederhana tentang hubungan klausa yang dihubungkan dengan kata penghubung yang sama.
- d. Dapat memberikan berbagai fakta yang secara lahiriah kelihatan tidak berkaitan, malah berlawanan (seperti metafora).

Inti konsep implikatur adalah menjelaskan perbedaan yang ada antara apa yang diutarakan penutur dengan apa yang diimplikasi pragmatis oleh penutur. Implikasi pragmatis (*pragmatic implication*) adalah apa yang secara logis merupakan kesimpulan dari suatu ujaran, serta latar belakang apa yang diketahui bersama oleh pembicara dan pendengar dalam konteks tertentu (Kridalaksana, 2008: 91). Bisa dikatakan kalau sebenarnya implikatur itu adalah sebuah

informasi yang ingin disampaikan oleh penutur tetapi tidak diungkapkan oleh penutur.

5. Implikatur Percakapan

Implikatur dibagi menjadi lima yaitu implikatur percakapan, implikatur percakapan umum, implikatur berskala, implikatur percakapan khusus, dan implikatur konvensional (Yule, 2006: 69). Grice (Mulyana, 2005: 12) menyatakan, bahwa ada dua macam implikatur yaitu 1) *conventional implicature* (implikatur konvensional), dan 2) *conversation implicature* (implikatur percakapan).

Biasanya implikatur hanya akan dibagi menjadi dua yaitu implikatur percakapan dan implikatur konvensional. Pembagian tersebut, karena implikatur percakapan umum dan implikatur percakapan khusus merupakan bagian dari pada implikatur percakapan. Implikatur berskala dapat digolongkan menjadi implikatur konvensional, karena implikatur berskala merupakan implikatur yang tidak harus terjadi dalam percakapan, dan tidak tergantung pada konteks khusus. Implikatur berskala dapat ditemukan apabila terdapat kata yang mengungkapkan secara kuantitas nilai seperti semua, banyak, beberapa, sedikit, dan sebagainya.

Implikatur percakapan dalam hal ini menjadi hal yang pokok dan menjadi pokok pembahasan. Maka dari itu hanya implikatur percakapan saja yang akan diuraikan, tidak untuk jenis implikatur lain. Implikatur percakapan akan dijelaskan untuk mengetahui bentuk implikatur percakapan pada iklan produk obat di televisi dan penanda dalam implikatur percakapan.

Asumsi dasar percakapan adalah jika tidak ditunjukkan sebaliknya, bahwa peserta tuturnya mengikuti prinsip kerja sama dan maksim-maksim (Yule, 2006: 69). Dalam berkomunikasi, penutur dituntut untuk mengikuti kaidah atau prinsip kerjasama. Jika terjadi sebuah pelanggaran prinsip kerjasama, maka akan tercipta sebuah implikatur percakapan. Penting dicatat penuturlah yang menyampaikan makna melalui implikatur dan pendengarlah yang mengenali makna-makna yang disampaikan lewat *ifereinst* itu (Yule, 2006: 70).

Implikatur percakapan merupakan implikatur yang muncul dalam konteks pemakaian bahasa yang bersifat khusus (Zamzani, 2007: 28). Implikatur percakapan adalah makna yang dipahami tetapi tidak atau kurang terungkap dalam apa yang diucapkan (Kridalaksana, 2008: 91). Implikatur percakapan memiliki makna pengertian yang lebih bervariasi, karena pemahaman terhadap implikasi sangat bergantung pada konteks terjadinya percakapan. Dalam suatu komunikasi atau percakapan sering kali terjadi seorang penutur tidak mengatakan maksud tuturannya secara langsung, Rosidi (2009) mengatakan implikatur nonkonvensional (*konversasional*) adalah tindak ilokusi yang implikasi pragmatiknya diambil dari prinsip-prinsip percakapan. Mulyana (2005: 81) menyatakan bahwa tindak ilokusi (*ilocutionary act*) berarti tindak ujar yang isinya menyatakan sesuatu. Jenis komunikasinya bersifat interpersonal dan isinya mengandung tindakan. Misalnya, tindakan pernyataan, perintah, kritik, sindiran, ejekan, humor, janji, dan sebagainya.

Implikatur percakapan berkaitan dengan teori bagaimana orang menggunakan bahasa. Menurut Grice asumsi itu adalah kerjasama yang

diperlukan untuk dapat menggunakan bahasa secara berhasil guna (efektif) dan berdaya guna (efisien) dan ini terdiri atas empat aturan percakapan (*maxim of conversation*) yang mendengar dan dipandang sebagai dasar umum (*general principles*). Selain itu, masih ada dasar lain yang dapat dipandang sebagai pelengkap prinsip kerjasama yaitu kesopanan (Zamzani, 2007: 30). Kesopanan memiliki kaitan masalah kebudayaan memiliki pengaruh terhadap implikatur yang dihasilkan oleh sebuah tuturan.

Penggunaan implikatur dalam sebuah komunikasi memiliki sebuah pertimbangan yaitu memperhalus tuturan dan menjaga etika kesopanan. Hal itu bisa tergambar dalam implikatur konteks budaya bangsa Indonesia, misalnya dalam berkomunikasi saat menolak, meminta dan menegur. Yule (2006: 70) mengatakan jika tidak ditunjukkan sebaliknya, bahwa peserta-pesertanya mengikuti orinsip kerjasama dengan maksim-maksim. Hal ini sangat berkaitan dengan teori percakapan yang berhubungan dengan prinsip kerjasama. Prinsip kerjasama di dalam percakapan adalah katakan apa yang diperlukan pada saat terjadinya percakapan itu sesuai dengan tujuan percakapan. Terkadang dalam berkomunikasi para penutur berusaha mencapai suatu efek komunikasi tertentu dengan melakukan kesengajaan melanggar sebuah maksim.

Nababan (1987: 39) mengemukakan empat ciri implikatur percakapan yaitu:

1. Suatu implikatur percakapan dapat dibatalkan dalam hal tertentu, umpamanya dengan menambahkan klausa yang mengatakan bahwa

seseorang tidak mau memakai implikatur percakapan itu, atau memberikan suatu konteks untuk membatalkan implikatur itu.

2. Biasanya tidak ada cara lain untuk mengatakan apa yang dikatakan dan masih mempertahankan implikatur yang bersangkutan.
3. Implikatur percakapan mempersyaratkan pengetahuan terlebih dahulu arti konvensional dari kalimat yang dipakai. Oleh karena itu, isi implikatur percakapan tidak termasuk dalam arti kalimat yang dipakai.
4. Kebenaran isi dalam implikatur percakapan bukan tergantung pada kebenaran yang dikatakan. Oleh karena itu, implikatur tidak didasarkan pada atas apa yang dikatakan, tetapi atas tindakan yang mengatakan hal itu.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa ciri yang mempengaruhi implikatur percakapan yaitu konteks situasi, penyimpangan prinsip kerjasama, dan gaya bahasa.

6. Penanda Implikatur

Penanda kemunculan implikatur percakapan dalam penelitian ini diambil dari teori kerjasama. Gaya bahasa tidak termasuk di dalamnya karena gaya bahasa memberikan efek yang berbeda dalam sebuah percakapan dengan melakukan kesengajaan untuk melanggar sebuah maksim. Jadi, dapat disimpulkan bahwa inti dari penanda implikatur adalah penyimpangan prinsip kerjasama, gaya bahasa hanya mendukung seseorang untuk memberikan sebuah makna yang berbeda dalam melakukan penyimpangan prinsip kerjasama.

Penanda kemunculan implikatur tersebut tidak lepas dari konteks situasi berbicara. Prinsip kerjasama sebagai penanda implikatur karena peran sentralnya yang sangat diperlukan dalam sebuah percakapan. Contoh percakapan yang mengandung implikatur dalam subbab implikatur percakapan membuktikan adanya keterkaitan antara implikatur percakapan dengan prinsip kerjasama. Dari contoh tersebut dapat disimpulkan bahwa percakapan yang melanggar prinsip kerjasama akan menimbulkan suatu implikatur percakapan.

Prinsip yang mengatur kerjasama antara penutur dan lawan tutur dalam sebuah percakapan dinamakan prinsip kerjasama. Seseorang membutuhkan prinsip kerjasama untuk lebih mudah menjelaskan hubungan antara makna dan daya (Lech, 2011: 120). Prinsip kerjasama Grice dalam (Rahadi, 2003: 26) meliputi empat maksim yaitu, maksim kuantitas (*maxim of quantity*), maksim kualitas (*maxim of quality*), maksim relevansi (*maxim of relevance*), dan maksim pelaksanaan (*maxim manner*).

a. Maksim Kuantitas (*maxim of quantity*)

Maksim kuantitas mengharapkan seorang penutur memberikan informasi yang dirasa cukup (tidak kekurangan dan tidak berlebihan). Apabila seorang penutur memberikan informasi yang sama sekali tidak diperlukan oleh mitra tutur, maka hal tersebut dapat dikatakan melanggar maksim kuantitas dalam prinsip kerja sama, Grice.

b. Maksim Kualitas (*maxim of quality*)

Maksim kualitas mengharapkan seorang penutur memberikan informasi dengan benar-benar didukung oleh bukti-bukti yang jelas. Apabila seorang

penutur memberikan informasi yang tidak didasarkan fakta dan kenyataan kepada mitra tutur, maka hal tersebut dapat dikatakan melanggar maksim kualitas.

c. Maksim Relevansi (*maxim of relevance*)

Maksim relevansi mengharapkan agar penutur dan mitra tutur saling memberikan kontribusi yang relevan tentang suatu hal yang diperbincangkan.

d. Maksim Pelaksanaan (*maxim of manner*)

Dalam prinsip kerjasama maksim pelaksanaan diharuskan agar penutur dan mitra tutur memiliki tuturan secara langsung, jelas, dan isi pesan tidak ambigu. Apabila terdapat kata-kata yang ambigu dalam sebuah tuturan atas percakapan. Maka hal tersebut dapat dikatakan melanggar maksim pelaksanaan.

7. Konteks Situasi

Semua pemakaian bahasa mempunyai konteks. Halliday (1992: 6) menyatakan bahwa istilah konteks dan teks diletakkan bersama, mengingatkan bahwa dua hal ini merupakan aspek dari proses yang sama. Ada teks dan ada teks lain yang menyertainya itu disebut konteks. Konteks adalah aspek-aspek lingkungan fisik atau sosial yang kait-mengait dengan ujaran tertentu (Kridalaksana, 2008: 134).

Gagasan tentang konteks berada diluar pengetahuannya yang jelas seperti latar fisik tempat dihasilkannya suatu ujaran yang mencakup faktor-faktor linguistik, sosial dan epidemis (Luise Cummings, 2007: 5). Konteks situasi sangatlah berpengaruh dalam mengartikan sebuah kata, kalimat yang diucapkan oleh penutur. Dalam konteks situasi makna-makna kata dapat berubah sesuai dengan tekanan lingkungan, nada, ucapan, keadaan yang terjadi, dan sebagainya.

Ciri situasi sosial bisa tergambarkan dengan beberapa faktor, seperti tempat, lawan tutur, dan sebagainya. “Hymes (Lubis, 1991: 87) mencatat tentang ciri-ciri konteks yang relevan itu adalah *advesser* (pembicara), *advessee* (pendengar), topik pembicaraan, *setting* (*tempat, waktu*), *channel* (penghubungnya: bahasa tulisan, lisan dan sebagainya), *code* (dialeknya, stailnya), *massage* (debat, diskusi, seremoni agama), *event* (kejadian).”

Channel yang dimaksud dalam konteks situasi ini adalah informasi yang disampaikan seorang pembicara kepada lawan tutur dengan menggunakan cara-cara seperti bahasa lisan, tulis, telepon, dan sebagainya. Cara yang dipergunakan tersebut tergantung pada pembicaranya, misalnya situasi dekat pembicara dapat menggunakan bahasa lisan.

Dell Hymes (Lubis, 1991: 87) mengemukakan adanya faktor-faktor yang menandai terjadinya peristiwa itu dengan singkatan *SPEAKING*. Penjelasan dari *SPEAKING* sebagai berikut:

S: *Setting* atau *scene* adalah tempat bicara dan suasana bicara. *Setting* mengacu pada waktu dan tempat pembicaraan dilakukan. *Scene* mengacu pada latar psikologis. *Setting* dapat menimbulkan sesuatu makna yang berbeda. Apabila seseorang mengetahui setting pembicaraan yang dilakukan, kita dapat mengartikan kata dalam pembicaraan itu dengan lebih baik dan pas.

P: *Partisipant* adalah semua peran yang termasuk didalam komunikasi. *Partisipant* bisa dibagi menjadi tiga aspek yaitu pembicara, lawan bicara,

dan pendengar. Hal yang berkaitan dengan *partisipant* seperti usia, pendidikan dan latar belakang sosial.

E: *End* atau tujuan adalah hasil dari sebuah komunikasi yang berupa tujuan akhir komunikasi.

A: *Act* adalah suatu peristiwa ketika seseorang pembicara mempergunakan kesempatan bicaranya (Lubis, 1991: 87).

K: *Key* adalah cara dan nada dalam menyampaikan pesan. *Key* juga bisa berhubungan dengan *gesture* seperti mimik wajah, gerakan tubuh, dan sebagainya.

I: *Instrument* adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan. Alat tersebut berupa telepon, radio, surat, televisi, media cetak, dan sebagainya.

N: *Norm* adalah aturan yang harus ditaati oleh *partisipant*.

G: *Genre* adalah jenis peristiwa tutur yang terjadi.

Mengetahui pembicara pada sebuah situasi akan memudahkan untuk mengetahui maksud apa yang diucapkan. Misalnya dalam kalimat “operasi akan dilaksanakan besok pagi”. Kalau kita mengetahui yang berbicara adalah seorang dokter maka kita akan mudah mengetahui maksud dari kata operasi itu, pasti operasi terhadap manusia atau makhluk hidup lainnya. Jika yang mengatakan operasi itu polisi, mungkin operasi lingkungan entah tentang lalu lintas ataupun sebagainya.

Mengetahui pendengar tidak jauh beda dengan mengetahui pembicara, kita akan mudah mengetahui maksud dari apa yang diucapkan. Topik pembicaraan

yang memiliki peran penting untuk mengetahui dan mempermudah dalam memaknai sebuah kata. Misalnya kata apel merah, bagi pedangang kata apel merah berarti buah tetapi kata apel merah yang sekarang yang lagi marak diperbincangkan di sosial media memiliki makna yang berbeda.

Imam Syafi'ie (Mulyana, 2005: 24) menambahkan bahwa, apabila dicermati dengan benar, konteks terjadinya suatu percakapan dapat dipilah menjadi empat macam, yaitu:

1. Konteks linguistik (*linguistic context*), yaitu kalimat-kalimat yang terdapat dalam sebuah percakapan.
2. Konteks epistemis (*epistemic context*), yaitu latar belakang pengetahuan yang sama-sama diketahui oleh partisipan atau pelaku tutur.
3. Konteks fisik (*physical context*), meliputi tempat terjadinya percakapan, objek yang disajikan dalam percakapan, dan tindakan para partisipan.
4. Konteks sosial (*social context*), yaitu relasi sosio kultural yang melengkapi hubungan antarpelaku atau partisipan dalam percakapan.

Konteks bisa dikatakan segala-galanya dalam berkomunikasi, agar makna yang ditafsirkan oleh lawan tutur sejajar atau sama dengan maksud yang disampaikan oleh penutur.

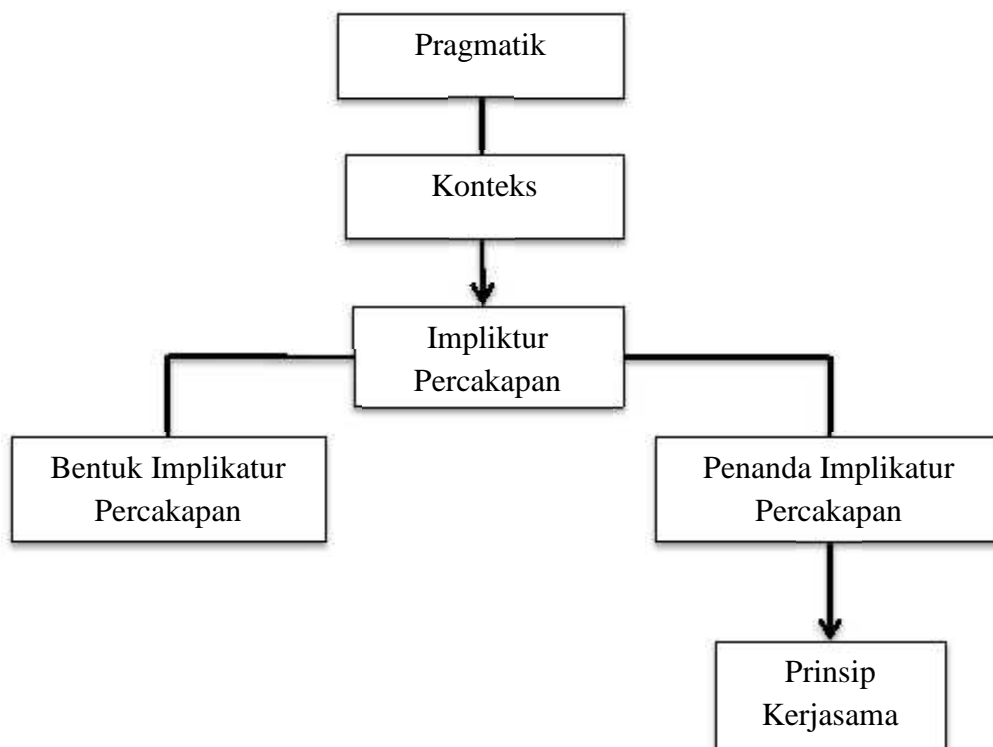
B. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sebuah bagan atau alur dalam memecahkan suatu masalah yang dikaji dalam penelitian. Alur pemikiran dalam kerangka pikir akan

menjadi pondasi untuk pemikiran selanjutnya. Kerangka pikir dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan hubungan dan keterkaitan antarvariabel.

Dalam penelitian ini, subjek kajian yang diteliti adalah percakapan dalam iklan obat di televisi yang diidentifikasi mengandung unsur percakapan. Pengambilan data dilakukan ketika terdapat iklan produk obat di televisi melalui siaran RCTI, SCTV, TRANS TV, TRANS 7, dan INDOSIAR. Analisis yang dilakukan terkait subjek yang kajian penelitian adalah analisis pragmatik, yakni menganalisis implikatur percakapan yang ditandai dengan adanya penyimpangan prinsip kerja sama dan efek yang ditimbulkan oleh sebuah gaya bahasa. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada bagan kerangka pikir berikut ini.

Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif hanya menggambarkan berdasarkan fakta tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya (Moleong, 2010: 6). Oleh karena itu, dalam penyusunan harus dirancang berdasarkan pada metode deskriptif kualitatif, yang mengumpulkan, mengolah, mereduksi, menganalisis, dan menyajikan data secara objektif, sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan untuk memperoleh data.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada analisis implikatur percakapan yang terdapat dalam iklan produk obat di televisi melalui siaran RCTI, SCTV, TRANS TV, TRANS 7, dan INDOSIAR. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan mendeskripsikan implikatur percakapan dan penanda implikatur percakapan yang terdapat pada iklan produk obat di televisi.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah *human instrument* yaitu peneliti sendiri yang berperan sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis, penafsir data, sampai pada tahap pelaporan hasil penelitian. Pengetahuan peneliti tentang pragmatik, khususnya implikatur percakapan

menjadi alat penting dalam penelitian ini. Sejak pencarian data sampai dengan selesainya penganalisisan data.

Peneliti juga dibantu dengan instrumen penunjang berupa perangkat keras dan lunak. Perangkat keras berupa alat tulis, laptop, dan *flash disk*. Sementara itu perangkat lunak berupa hal-hal tentang pengertian implikatur percakapan, bentuk implikatur percakapan, dan penanda terjadinya implikatur. Berikut ini akan disajikan tabel bentuk implikatur percakapan dan prinsip kerjasama sebagai penanda kemunculan implikatur percakapan.

Tabel 1. Instrumen Implikatur Percakapan dan Indikator

Implikatur	Indikator
Membandingkan	✓ Tuturan yang bertujuan untuk memberikan atau menjelaskan tentang sebuah perbedaan yang dimiliki.
Meyakinkan	✓ Sesuatu yang menimbulkan kesan untuk membuat orang percaya. ✓ Keadaan, perbuatan, atau perkataan yang dapat membuat orang tertarik.
Menyindir	✓ Tuturan yang bermaksud mengkritik kepada pihak tertentu dengan mengejek secara tidak langsung. ✓ Tuturan yang bermaksud menyindir pihak tertentu secara tidak langsung.
Menyarankan	✓ Tuturan yang berupa pendapat untuk dapat dipertimbangkan.

Dalam penelitian ini, implikatur yang ditemukan dalam produk obat bisa memiliki satu implikatur atau lebih dari satu implikatur. Implikatur yang terjadi

dalam sebuah iklan dimaksudkan untuk dapat mendorong seseorang untuk membeli produk yang telah diiklankan.

Setelah menjabarkan instrumen implikatur percakapan beserta indikatornya, kemudian instrumen yang terakhir yakni instrumen maksim kerjasama, beserta indikatornya. Berikut instrumen maksim kerjasama tersebut.

Tabel 2. Instrumen Maksim Kerjasama dan Indikator

Maksim kerjasama	Indikator
Kuantitas	✓ Penutur diharapkan memberikan informasi yang memadai (tidak memberikan informasi yang berlebihan dan tidak memberikan informasi yang kurang).
Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Penutur diharapkan memberikan informasi yang benar atau berdasarkan fakta ✓ Penutur diharapkan tidak memberikan informasi jika tidak memiliki bukti yang memadai.
Relevansi	✓ Penutur diharapkan memberikan kontribusi yang relevan sesuai dengan topik pembicaraan.
Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Penutur diharapkan bertutur secara langsung. ✓ Penutur diharapkan bertutur secara jelas. ✓ Penutur diharapkan tidak memberikan suatu ambiguitas dalam percakapan.

Penyimpangan maksim kerjasama dalam iklan produk obat di televisi diabaikan sutradara dengan tujuan untuk menghasilkan implikatur percakapan tertentu yang sesuai konteksnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, penelitian ini mencari dan melihat iklan produk obat di televisi. Ketika terdapat iklan produk obat di televisi, peneliti mencatat judul iklan produk obat lalu mengunduh iklan di situs youtube atau merekamnya.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak dan rekam. Teknik rekam adalah teknik yang dilakukan dengan perekaman yang menggunakan *handphone* sebagai alatnya. Pertama-tama peneliti merekam iklan produk obat di televisi dengan menggunakan *handphone*, setelah perekaman selesai, peneliti menranskrip tuturan-tuturan yang terdapat dalam rekaman iklan produk obat dan kemudian menyimaknya. Transkrip terhadap data itu bertujuan untuk mempermudah penelitian dalam mengamati data-data yang akan dianalisis. Teknik ini dilakukan dengan menggunakan kartu data.

Contoh kartu data.

No. Data	: 01
Np.	: Vicks 44 sachet
Konteks	: Dalam kerumunan, terdapat seorang bapak yang mengalami batuk. Dalam iklan tersebut bapak yang mengalami batuk tersebut digambarkan sebagai seorang raksasa. Saat bapak tersebut mengalami batuk, keadaan disekitar kerumunan tersebut menjadi kacau. Lalu muncul seseorang dari rumah bertingkat. Seseorang tersebut memberikan Vicks 44 sachet kepada bapak tersebut.
Tuturan	:
	A: uk...uk...uk...(batuk)
	B: Woe... (memberikan Vicks 44)

	C: Baru, Vicks 44 DT dalam kemasan baru
	A: Lega...
	C: <i>Vicks 44 sachet baru kecil-kecil batuk keok.</i>
BIP	: Saran
PPK	: Kuantitas

Keterangan:

No Data : nomor urut data

Np : nama produk

Tuturan : tuturan yang terjadi dalam produk iklan obat

BIP : bentuk implikatur percakapan

PPK : pelanggaran prinsip kerjasama

Data yang dikaji dalam penelitian ini adalah tuturan yang dicetak miring dalam kartu data bentuk tuturan.

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif dimulai dari analisis berbagai data yang berhasil dikumpulkan. Kemudian data tersebut diklasifikasikan kedalam kategori-kategori tertentu. Data yang telah dikelompokkan oleh peneliti dicoba untuk dipahami secara utuh. Sehingga peneliti dapat menangkap permasalahan, dan dinamika yang terjadi. Setelah data terkelompokkan, kemudian peneliti memberikan uraian terperinci dari kasus yang diteliti.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini juga berupa teknik padan. Teknik padan merupakan analisis data yang penentunya adalah unsur di luar bahasa dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto, 1993: 14). Teknik padan yang digunakan adalah teknik padan pragmatik. Alat atau unsur penentu di luar bahasa itu adalah konteks tuturan.

Teknik padan ini lebih difokuskan pada implikatur percakapan dan penyimpangan prinsip kerjasama sebagai penanda implikatur percakapan yang terdapat dalam iklan produk obat di televisi. Guna memahami dan menentukan implikatur percakapan serta penyimpangan prinsip kerjasama sebagai penanda implikatur percakapan yang terdapat dalam iklan produk obat di televisi diperlukan pemahaman terhadap konteks situasi yang digunakan dalam percakapan pada iklan produk obat di televisi.

F. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Menurut Sugiyono (2003:273-274) triangulasi (pengujian) kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. Teknik keabsahan data ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui dari beberapa sumber.

- b. Triangulasi teknik untuk mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik yang berbeda.
- c. Triangulasi waktu untuk pengujian kredabilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, pada bab ini akan disajikan hasil penelitian dan pembahasan tentang implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi. Hasil penelitian dideskripsikan dalam bentuk tabel yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Penjabaran dalam pembahasan dilakukan berdasarkan hasil penelitian tersebut.

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada iklan produk obat di televisi, dapat ditemukan beberapa hal mengenai implikatur dalam iklan produk obat di televisi. Fokus penelitian ini disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah ditemukan. Oleh karena itu, analisis mengenai implikatur akan dibahas dan lebih difokuskan pada 1) implikatur percakapan dalam iklan produk di televisi, dan 2) penanda implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi. Implikatur percakapan dalam penelitian ini terdapat 4 kategori, yaitu meyakinkan, membandingkan, saran dan sindiran. Penanda implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi berupa penyimpangan prinsip kerjasama yang meliputi maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan pelaksanaan, serta gabungan antarmaksim, yaitu gabungan maksim kuantitas dan kualitas, kuantitas dan pelaksanaan, kuantitas dan relevansi, relevansi dan pelaksanaan. Kedua fokus analisis penelitian tersebut disajikan dalam tabel untuk mempermudah pemahaman analisis data dan keterkaitan antara fokus penelitian tersebut.

Tabel 1: Implikatur Percakapan, Penanda Penyimpangan Prinsip Kerjasama dalam Iklan Produk Obat di Televisi

No.	Implikatur Percakapan	Penanda Penyimpangan Prinsip Kerjasama	Data Iklan
1.	Meyakinkan	Kuantitas	Nin Jiom Pei Pa Koa, Promag, Triaminic, Laxing Tea, Oskadon Extra, Oskadon SP, Diapet, Hufagrif, Kapsida, Panadol, Voren, Batugin, Sakatonik Liver, Bodrex Extra, Stimuno, Procold.
		Pelaksanaan	Bodrex Flu dan Batuk PE, Triaminic, Promag, Procold, Voltaren.
		Kualitas	Nin Jiom Pei Pa Koa
		Kuantitas dan Kualitas	Counterpain Cool
		Kuantitas dan pelaksanaan	Bodrex flu dan batuk PE, voltaren, pamol Fort paracetamol, anakonidin.
2.	Membandingkan	Kuantitas	Konidin
		Kualitas	Betadine obat kumur
		Pelaksanaan	Counterpain cool
		Relevansi	Counterpain cool
3.	Sindiran	Kualitas	Betadine obat kumur, komix DT
		Pelaksanaan	Batugin
		Relevansi dan kuantitas	Konidin
		Kuantitas dan pelaksanaan	Neo napacin
4.	Saran	Kuantitas	Nin Jiom Pei Pa Kao, Neo Napacin, Oskadon Ekstra, Hufagrif, Pamol Forte Paracetamol, Inza Max,

		Voren, Ultrasiline, Stimuno
	Relevansi	Procold, Pamol Forte Paracetamol
	Pelaksanaan	Oskadon SP, Voltaren, Batugin, Paramex, Diapet
	Relevansi dan pelaksanaan	Laxing Tea, Panadol, Stimuno
	Kuantitas dan relevansi	Paramex

Berdasarkan tabel 1. Implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi yang paling sering ditemukan adalah meyakinkan memiliki jumlah tuturan yang mengandung implikatur percakapan sebanyak 45%. Implikatur berupa saran memiliki jumlah tuturan yang mengandung implikatur percakapan sebanyak 30%. implikatur berupa membandingkan memiliki jumlah tuturan yang mengandung implikatur percakapan sebanyak 15%. Implikatur berupa sindiran memiliki jumlah tuturan yang mengandung implikatur percakapan sebanyak 10%. Implikatur percakapan sindiran dan membandingkan sedikit ditemukan dalam iklan produk obat di televisi. Hal ini disebabkan fungsi dan tujuan peran media massa, khususnya iklan produk obat di televisi. Fungsi dan tujuan iklan biasanya untuk menginformasikan, membujuk, menghimbau, dan mengingatkan kepada konsumen tentang produk yang hendak dipasarkan. Tuturan dalam iklan produk obat di televisi biasanya tentang kelebihan produk dan bagaimana cara kerja produk tersebut.

Penanda implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi berupa penyimpangan prinsip kerjasama. Penyimpangan prinsip kerjasama yang sering ditemukan adalah maksim kuantitas. Hal ini disebabkan tuturan yang dilontarkan oleh iklan produk obat di televisi sering dlebih-lebihkan supaya menimbulkan kesan yang lebih baik. Persaingan yang ketat membuat iklan dibuat dengan informasi yang dlebih-lebihkan, bukan itu saja terkadang juga terdapat tuturan yang secara tidak langsung menyindir produk obat lainnya.

B. Pembahasan

Hasil penelitian dibahas berdasarkan masalah yang dirumuskan yaitu implikatur percakapan iklan produk obat di televisi dan penanda implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi.

1. Implikatur Percakapan dalam Iklan Produk Obat di Televisi

Implikatur percakapan merupakan makna tuturan yang tidak harus muncul dalam tuturan secara langsung tetapi implikatur percakapan harus memaknai tuturan berdasarkan konteks. Implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi dapat ditemukan dengan melihat konteks dan melihat perbandingan antara produk iklan obat satu dengan lainnya karena terkadang iklan memiliki tujuan untuk menonjolkan sebuah keunggulan produk sendiri dibandingkan produk iklan lain dengan cara menyindir ataupun lainnya.

Dalam penelitian ini terdapat 4 implikatur percakapan, yaitu (1) meyakinkan, (2) membandingkan, (3) saran, dan (4) sindiran. Implikatur percakapan dalam penelitian ini tidak lepas dari karakteristik iklan yang memiliki tujuan untuk mengambil kepercayaan masyarakat. Jadi implikatur dalam

percakapan dalam penelitian ini lebih banyak mengarah kepada meyakinkan. Berikut ini pembahasan tentang wujud implikatur percakapan iklan produk obat di televisi.

a. Meyakinkan

Implikatur percakapan berupa meyakinkan dalam iklan produk obat di televisi merupakan tuturan yang menyatakan sebuah ajakan secara terselubung dan tidak langsung kepada pihak tertentu untuk melakukan sesuatu. Penanda penyimpangan prinsip kerjasama yang mendukung kemunculan implikatur percakapan meyakinkan berupa maksim kuantitas, kualitas, serta gabungan antarmaksim kuantitas dan kualitas, kuantitas dan pelaksanaan. Terkadang penanda penyimpangan prinsip kerjasama tersebut mengandung gabungan antarmaksim. Pembahasan mengenai implikatur percakapan ini akan dibagi berdasarkan penanda implikturnya sebagai berikut.

1. Implikatur Percakapan Meyakinkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Kuantitas

Dalam penelitian ini terdapat implikatur percakapan berupa meyakinkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas. Tuturan implikatur percakapan berupa meyakinkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas terdapat pada beberapa iklan yaitu Nin Jiom Pei Pa Kao, Promag, Triaminic, Laxing Tea, Diapet, Oskadon Extra, Oskadon SP, Hufagrip, Kapsida, Panadol, Voren, Batugin, Sakatonok Liver, Bodrex Exktra, Procol, dan Stimuno. Selanjutnya di bawah ini akan dipaparkan tuturan yang

merupakan implikatr percakapan meyakinkan dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas sebagai berikut.

- (1) Iklan : Diapet
 Latar : Dapur
 Tokoh :
 P1 : perempuan yang sedang memasak
 P2 : perempuan yang penasaran aktivitas P1

P1 sedang merebus dedaun, tiba-tiba P2 muncul dan bertanya kepada P1.

- P2 : rebus apa sih?
 P1 : daun jambu biji, kalau diare minumnya yang alami.
 P2 : itu dulu, sekarang Diapet dari daun jambu biji, kunyit dan tanaman berkhasiat lainnya.

konteks situasi dalam tuturan tersebut tentang dua orang perempuan yang memiliki perbedaan pendapat tentang cara mengobati penyakit diare. P1 adalah perempuan yang condong lebih memilih obat yang alami dalam mengatasi penyakit diare. P2 adalah perempuan yang memilih obat Diapet yang terbuat dari bahan alami juga. Implikatur percakapan berupa meyakinkan terdapat pada tuturan “itu dulu, sekarang Diapet dari daun jambu biji, kunyit dan tanaman yang berkhasiat lainnya”, dapat diartikan sebagai ungkapan untuk meyakinkan konsumen bahwa obat Diapet tidak kalah dengan obat-obat alami lainnya. Bahkan tuturan tersebut lebih mengarah bahwa Diapet lebih baik dari pada obat alami biasa seperti daun jambu biji karena Diapet dibuat dari berbagai tanaman berkhasiat yang salah

satunya adalah daun jambu biji. Diapet adalah obat yang terbuat dari bahan alami yang telah diproses dalam bentuk kemasan. Tuturan yang mengandung implikatur percakapan berupa meyakinkan tersebut ditandai dengan adanya penyimpangan maksim kuantitas. Penyimpangan itu terlihat dari P2 yang menyebutkan tentang bahan-bahan yang dimiliki oleh Diapet. Penyebutan bahan-bahan tersebut dianggap melebihi dari pada informasi yang dibutuhkan oleh P1. P1 hanya membutuhkan informasi obat yang benar-benar terbuat dari bahan alami. Diapet memang terbuat dari bahan yang alami, akan tetapi bahan-bahan tersebut tidak semuanya utuh dari bahan yang alami.

2. Implikatur Percakapan Meyakinkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Pelaksanaan

Dalam penelitian ini terdapat implikatur percakapan berupa meyakinkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan. Tuturan implikatur percakapan berupa meyakinkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan terdapat pada beberapa iklan yaitu, Bodrex Flu Dan Bodrex PE, Tiaminic, Promag, Procold, Voltaren, dan Praxion. Selanjutnya, di bawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan meyakinkan dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan sebagai berikut.

(2) Iklan : Bodrex Flu dan Batuk PE

Latar : Kamar tidur

Tokoh :

P1 : perempuan yang sedang mengalami sakit

P2 : laki-laki yang menjelaskan tentang obat

P1 : hacing, minum obat yang mana ya? Huuk...

P2 : Hai, saya dari Bodrex Inovation Cente. Untuk flu dan batuk minumlah obat dengan komposisi yang aman dan tepat. Bodrex Flu dan Batuk PE, kemasan dan formula baru. Pertama di Indonesia dengan Phenylephrina kerja efektif redakan flu dan batuk dengan gejala sakit kepala, demam, pilek, dan batuk tanpa ngantuk.

P2 memberikan obat Bodrex Flu dan Batuk kepada p1. Setelah P1 meminum obat Bodrex Flu dan Batuk itu, P1 menjadi sembuh lalu bersepeda.

P2 : *Bodrex Flu dan Batuk PE menangkan harimu.*

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang seorang perempuan yang sedang terbaring ditempat tidur dikarenakan mengalami sakit flu dan batuk. Perempuan tersebut sejenak terbangun untuk meminum obat yang digunakan untuk menyembuhkan sakit flu dan batuk yang dideritanya, tetapi perempuan tersebut bingung hendak meminum obat yang mana. Tiba-tiba seorang lelaki muncul dengan menggunakan jas berwarna hitam dan menjelaskan tentang obat Bodrex Flu dan Batuk PE. Tuturan “Bodrex Flu dan Batuk PE menangkan harimu” merupakan implikatur percakapan berupa meyakinkan. Tuturan tersebut dapat diartikan sebagai ungkapan untuk meyakinkan konsumen bahwa Bodrex Flu dan Batuk PE dapat meredakan sakit flu dan batuk sehingga seseorang dapat menjalankan aktivitasnya secara normal kembali. Bodrex Flu dan Batuk PE dengan Phenylephrine yang memiliki kelebihan dalam mengatasi flu dan batuk

mengharapkan konsumen memiliki rasa kepercayaan untuk menggunakan Bodrex Flu dan Batuk PE dalam mengatasi flu dan batuk yang diiringi gejala sakit kepala, demam, pilek, dan batuk tanpa kantuk. Implikatur percakapan berupa meyakinkan “menangkan harimu” memiliki makna yang kurang jelas. Tuturan tersebut tidak jelas karena orang yang ditunjukkan pada tuturan tersebut bisa secara umum (konsumen) atau orang dalam arti khusus (P1).

3. Implikatur Percakapan Meyakinkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Kualitas

Dalam penelitian ini terdapat implikatur percakapan meyakinkan dengan penanda penyimpangan maksim kualitas. Tuturan implikatur percakapan berupa meyakinkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kualitas terdapat pada iklan Nen Jiom Pei Pa Koa. Selanjutnya dibawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan meyakinkan dengan penanda penyimpangan maksim kualitas sebagai berikut.

(3) Iklan : obat batuk keluarga Nin Jiom Pei Pa Kao

Latar : rumah

Tokoh :

P1: Anak

P2: Ayah

P3: Ibu

N: Jangan biarkan batuk menghalangi kebersamaan keluarga anda.

Segera ambil obat batuk keluarga Nin Jiom terbuat dari tumbuhan

alami cina dan madu bantu redakan batuk, dahak, legakan tenggorokan.

P1: iyee... (melompat dari daratan menuju kolam renang)

P3: iyaa... (muncul dari dalam air kolam renang untuk memeluk anaknya)

P1: ah... (kaget)

P2: hahahaaa

N: *obat batuk keluarga Nin Jiom, batuk pun lama tak kembali*

Konteks situasi tuturan tersebut tentang sebuah keluarga yang terdiri dari ayah, anak dan ibu. Keluarga tersebut hendak melakukan piknik kesesuatu tempat. Keluarga tersebut pun sangat bersemangat untuk melakukan piknik, terutama anak dari keluarga tersebut. Akan tetapi keesokan harinya ketika hendak berangkat piknik, ibu mengalami sakit batuk. Tuturan “obat batuk keluarga Nin Jiom, batuk pun lama tak kembali” merupakan implikatur percakapan berupa meyakinkan. Tuturan tersebut dapat diartikan bahwa Nin Jiom ingin mengambil rasa percaya konsumen untuk menggunakan obat batuk keluarga Nin Jiom Pei Pa Kao. Dalam tuturan tersebut, Nin Jiom meyakinkan konsumen bahwa dengan menggunakan Nin Jiom batuk yang sedang dialami seseorang dapat sembuh. Implikatur percakapan berupa meyakinkan tersebut ditandai dengan adanya penyimpangan maksim kualitas. Penyimpangan maksim kualitas terlihat dari tuturan “batuk pun lama tak kembali”. Tuturan tersebut tidak berdasarkan fakta dan belum tentu kebenarannya bahwa dengan menggunakan Nin Jiom, seseorang dapat terhindar dari penyakit batuk dalam jangka waktu yang lama.

4. Implikatur Percakapan Meyakinkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Kuantitas dan Maksim Kualitas

Dalam penelitian terdapat implikatur percakapan meyakinkan dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim kualitas. Tuturan implikatur percakapan berupa meyakinkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas dan maksim kualitas terdapat dalam iklan Counterpain Cool. Selanjutnya, di bawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan meyakinkan dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan kualitas sebagai berikut.

(4) Iklan : Counterpain Cool

Latar : Kerajaan

Tokoh :

P1: Ratu

P2: pelayan yang disuruh untuk memanggil pelayan lainnya.

P3: pelayan pertama

P4: pelayan kedua terdiri dari dua orang (pembawa palu dan tangan kosong)

P5: pelayan ketiga

P6: pelayan keempat

P7: laki-laki memakai jas

P8: pelayan yang membawa tombak

P9: pelayan yang membawa tombak

Di kerajaan ada seorang ratu yang menginginkan sesuatu yang dingin. Saat itu ada empat pelayan yang menghadap P1.

P1: saya mau yang cool

P2: pelayan pertama!

Saat P2 memanggil pelayan pertama, ada empat pelayan menjinjing kulkas. Di dalam kulkas ada P3. Lalu P3 membuka kulkas sambil berbicara dengan nada yang menggambarkan kalau dia kedinginan.

P3: kulkas, akakaa

P1: bawa mereka!

P2: pelayan kedua

Saat P2 memanggil P4, ada dua pelayan yang datang. Satu pelayan tersebut membawa palu besar dan satunya lagi tidak membawa apapun. Lalu pelayan yang membawa palu besar memukul pelayan satunya dengan menggunakan palu besarnya. Perbuatan itu membuat gigi pelayan yang tidak membawa apa-apa menjadi rontok. Lalu pelayan tersebut berbicara.

P4: pu..cool

Setelah pelayan berbicara, P1 menarik tali yang dapat membuat lantai terbuka untuk menjatuhkan P4.

P2: pelayan ketiga!

Saat P2 memanggil P5, datanglah P5 yang tiba-tiba membuka bajunya untuk memperlihatkan baju SMA yang dia pakai. Lalu P5 tersebut berkata

P5: wuaaaa....ekschool

P1: ehh...(sambil menutup wajah dan memukulkan kayu yang dibawa kekursi)

P2: pelayan keempat!

Saat P2 memanggil P6 datanglah P6 dan P7, mereka merupakan orang yang tampan.

P6: cowok cool

Setelah P6 berbicara, P1 mendekat dan memandangi P7 tersebut. Tiba-tiba P1 mengambil counterpain cool yang ada disaku P7, lalu P8 dan P9 menarik paksa P7 tersebut untuk meninggalkan tempat.

P2: pelayan ke...(tiba-tiba berhenti berbicara karena dipukul oleh P1.

N: yang beneran cool, counterpain cool.

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang P1 yang adalah seorang ratu. Ratu memiliki hubungan erat dengan sebuah kekuasaan dan biasanya kemauan yang diharapkan ratu akan menjadi sesuatu yang harus dituruti oleh pelayan ratu. Ratu menginginkan sesuatu yang dingin dan ratu pun menyuruh pelayannya untuk memberikan sesuatu yang dingin kepada ratu. Tuturan “yang beneran cool, Counterpain Cool”, merupakan implikatur percakapan berupa meyakinkan. Tuturan implikatur berupa meyakinkan tersebut dapat diartikan sebagai ungkapan yang ingin menarik rasa percaya konsumen terhadap obat counterpain cool. Kebiasaan orang malas atau tidak mau menggunakan obat pereda nyeri otot dikarenakan rasa panas yang sering timbul saat dioleskan dibagian tubuh yang mengalami nyeri. Counterpain Cool memberikan rasa dingin pada kulit ketika dioleskan, tetapi dapat menyembuhkan sakit seperti keseleo dan sebagainya.

Kelebihan inilah yang ingin ditonjolkan pada iklan tersebut supaya konsumen dapat percaya dan yakin pada obat Counterpain Cool. Implikatur percakapan berupa meyakinkan tersebut ditandai dengan adanya penyimpangan maksim kuantitas dan maksim kualitas. Penyimpangan maksim kuantitas terlihat dari tuturan yang berlebihan, yang sebenarnya informasi dalam tuturan itu tidak dibutuhkan oleh pihak tutur lainnya. Penyimpangan maksim kualitas terlihat dari tuturan yang tidak berdasarkan fakta. Tuturan yang tidak berdasarkan fakta dapat terlihat dari tuturan yang menyebutkan sesuatu hal yang paling dingin adalah Counterpain Cool.

5. Implikatur Percakapan Meyakinkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Kuantitas dan Maksim Pelaksanaan

Dalam penelitian ini terdapat implikatur percakapan meyakinkan dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim pelaksanaan. Tuturan implikatur percakapan berupa meyakinkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas dan maksim pelaksanaan terdapat beberapa iklan Bodrex Flu Dan Batuk PE, Voltaren, Pamol Forte Paracetamol, dan Anakonidin. Selanjutnya dibawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan meyakinkan dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim pelaksanaan.

(5) Iklan : Anakonidin

Latar : Halaman rumah yang dijadikan tempat lomba balap kelereng

Tokoh :

P1: anak yang mengikuti lomba balap kelereng

P2: peserta lomba balap kelereng

P3: peserta lomba balap kelereng

P4: penjual makanan keliling

P5: ibu P1

Saat lomba balap kelereng yang diikuti oleh beberapa anak, tiba-tiba P1 dari anak yang mengikuti lomba tersebut mengalami batuk. Batuk yang dialami P1 membuat alat lomba balap kelereng yang berupa sendok dan kelereng terjatuh. Hal tersebut membuat P2, P3, dan P4 terjatuh karena menginjak kelereng yang dijatuhkan oleh P1 yang sedang mengalami batuk.

P1: uhk..uhk..uhk..

N: *saat anak batuk, masalah kecil bisa jadi besar. Segera berikan anakonidin terkhasiatnya meredakan batuk, tenggorokan gatal, melegakan hidung tersumbat. Anakonidin jauhkan sikecil dari batuk. (P5 memberian anakonidin kepada P1).*

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang lomba balap kelereng yang diikuti oleh beberapa anak, tiba-tiba P1 dari anak yang mengikuti lomba tersebut mengalami batuk. Batuk yang dialami P1 membuat alat lomba balap yang berupa sendok dan kelereng terjatuh. Hal tersebut membuat P2, P3, dan P4 terjatuh karena menginjak kelereng yang dijatuhkan oleh P1 yang sedang mengalami batuk. Tuturan “saat anak batuk, masalah kecil bisa jadi besar. Segera berikan Anakonidin terkhasiatnya meredakan batuk, tenggorokan gatal, melegakan hidung

tersumbat. Anakonidin jauhkan sikecil dari batuk”merupakan implikatur percakapan berupa meyakinkan. Tuturan tersebut dapat diartikan sebagai ungkapan untuk meyakinkan hati konsumen dalam memilih obat yang dapat mengatasi sakit batuk. Keunggulan Anakonidin dalam tuturan tersebut memiliki maksud untuk menimbulkan rasa yakin dan percaya akan obat Anakonidin. Implikatur berupa meyakinkan tersebut ditandai dengan adanya penyimpangan maksim kuantitas dan maksim pelaksanaan. Penyimpangan maksim pelaksanaan terlihat dari tuturan “ saat anak batuk masalah kecil bisa jadi besar”, tuturan tersebut kurang jelas maksud dan tujuannya. Penyimpangan maksim kuantitas terlihat dari tuturan yang berlebih-lebihan tentang keunggulan obat batuk Anakonidin.

b. Membandingkan

Implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi berupa membandingkan merupakan tuturan yang bermaksud memberikan atau menjelaskan sebuah perbedaan yang dimiliki dalam sebuah produk obat di televisi. Penanda penyimpangan prinsip kerjasama mendukung kemunculan implikatur percakapan membandingkan berupa maksim kuantitas, maksim kualitas, maksim pelaksanaan dan maksim relevansi. Pembahasan mengenai implikatur percakapan ini dibagi berdasarkan penanda implikturnya sebagai berikut.

1. Implikatur Percakapan Membandingkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Kuantitas

Dalam penelitian ini terdapat implikatur percakapan membandingkan dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas. Tuturan implikatur percakapan

berupa membandingkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksimum kuantitas terdapat pada iklan Konidin. Selanjutnya, di bawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan membandingkan dengan penanda penyimpangan maksimum kuantitas sebagai berikut.

(6) Iklan : Konidin

Latar : Pertokoan

Tokoh :

P1: perempuan berbaju hitam

P2: perempuan berbaju merah

P3: laki-laki yang sakit

P4: ibu penjaga toko

Di jalan P1, P2, dan P3 berkumpul. Mereka terguyur oleh air hujan.

P1: *pilih dia apa aku?* (sambil menunjuk P2 dan dirinya sendiri)

P3: uhuukk...uhuuukk..

P1: *pilih dia apa aku?* (sambil menunjuk P2 dan dirinya sendiri)

Tiba-tiba P3 memalingkan wajahnya dan memegang tangan P4 yang ada di sebuah toko dan berbicara.

P3: E...konidin Bu? E... uhuukk(berbicara sambil batuk)

Tanpa berbicara P4 langsung pergi mengambil konidin.

P1: E...hee...(ketika melihat laki-laki tersebut malah berbicara kepada ibu-ibu yang ada ditoko).

P3: Konidi "n keputusan saya yang paling tepat. Urusan batuk ingat konidin.

Kontek situasi pada tuturan tersebut tentang tiga orang yang berkumpul di pinggir jalan dalam keadaan hujan yang lebat. Dua diantaranya adalah perempuan. Perempuan tersebut bertanya kepada seorang laki-laki untuk memilih dia atau perempuan yang ada didekatnya. Laki-laki itu tidak menjawab dan memutuskan untuk pergi dari tempat itu. Laki-laki itu pergi ke toko yang ada di dekat teman perempuannya untuk membeli konidin. Tuturan “ pilih dia apa aku?” merupakan sebuah perbandingan. Dia apa aku dalam tuturan tersebut bukan semata-mata digambarkan seorang perempuan tetapi diartikan sebagai suatu obat yang merayu konsumen untuk memilihnya. Perbandingan itu tergambar dengan sebuah rasa percaya yang dimiliki masyarakat dalam memilih obat. Dari tuturan tersebut tergambar sebuah perbandingan yang ingin menonjolkan obat konidin sebagai obat yang paling dapat dipercaya untuk mengatasi masalah sakit kepala. Implikatur percakapan berupa membandingkan tersebut ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas. Penyimpangan maksim kuantitas terlihat dari tuturan yang kurang dalam memberikan informasi yang dibutuhkan lawan tutur. Situasi dan masalah yang terjadi belum bisa tergambar dengan jelas karena informasi yang dibutuhkan lawan tutur kurang. Informasi yang dibutuhkan lawan tutur dalam iklan tersebut adalah masalah yang terjadi, yang membuat P3 harus memilih dari salah satu perempuan-perempuan itu.

2. Implikatur Percakapan Membandingkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Kualitas

Dalam penelitian ini terdapat implikatur percakapan membandingkan dengan penanda penyimpangan maksim kualitas. Tuturan implikatur percakapan berupa membandingkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kualitas terdapat pada iklan Betadine Obat Kumur. Selanjutnya di bawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan membandingkan dengan penanda penyimpangan mekasim kualitas sebagai berikut.

(7) Iklan : Betadine Obat Kumur

Latar : Mall

Tokoh :

P1 : Laki-laki yang sedang saki gigi

P2 : Perempuan penjaga toko obat

Di dalam sebuah mall ada seorang pria berlari menuju toko obat.

P1: Ee...s...ee...(menggerang kesakitan) aduh, ada obat sakit gigi?

P2: *Jangan cuma hilangin sakit. Kumur betadine bunuh kuman penyebab sakit gigi. Cepat sembuh dan tidak kambuh lagi.*

Setelah P2 menjelaskan, P1 berkumur dengan betadine dan hasilnya P1 sembuh dari sakit gigi.

P1: Sakit gigi kumur betadine ini baru betul.

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang seorang laki-laki yang berada di mall. Laki-laki dalam konteks situasi ini sedang mengalami sakit gigi. Ketika laki-laki tersebut berjalan di mall rasa sakit gigi yang dialaminya kambuh. Rasa sakit gigi yang tidak tertahankan tersebut membuat laki-laki tersebut berlari mencari toko obat yang berada di mall. Tuturan “jangan Cuma hilangin sakit. Kumur Betadine bunuh kuman penyebab sakit gigi. Cepat sembuh dan tidak kambuh lagi”. Merupakan sebuah implikatur percakapan berupa membandingkan. Tuturan tersebut dapat diartikan sebagai ungkapan perbandingan antara obat sakit gigi Betadine dengan obat sakit gigi lainnya. Perbandingan yang hendak dimunculkan dalam iklan betadine ini adalah kelebihan betadine yang dapat membunuh kuman penyebab sakit gigi. Berbeda dengan obat yang sakit gigi lainnya yang hanya menghilangkan sakitnya saja bukan kumannya. Implikatur percakapan berupa membandingkan tersebut ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kualitas. Penyimpangan maksim kualitas terlihat dari tuturan “cepat sembuh dan tidak kambuh lagi”. Tuturan tersebut tidak berdasarkan fakta yang ada. Belum tentu apabila seseorang menggunakan obat Betadine dalam mengatasi masalah sakit gigi akan langsung sembuh dan tidak akan kambuh lagi.

3. Implikatur Percakapan Membandingkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Pelaksanaan

Dalam penelitian ini terdapat implikatur percakapan membandingkan dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan. Tuturan implikatur percakapan berupa membandingkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan terdapat pada iklan Counterpain Cool. Selanjutnya, dibawah

ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan membandingkan dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan sebagai berikut.

(8) Iklan : Counterpain Cool

Latar : Kerajaan

Tokoh :

P1: ratu

P2: pelayan yang disuruh untuk memanggil pelayan lainnya.

P3: pelayan pertama

P4: pelayan kedua terdiri dari dua orang (pembawa palu dan tangan kosong)

P5: pelayan ketiga

P6: pelayan keempat

P7: laki-laki memakai jas

P8: pelayan yang membawa tombak

P9: pelayan yang membawa tombak

Di kerajaan tersebut ada seorang ratu yang menginginkan sesuatu yang dingin. Saat itu ada empat pelayan yang menghadap P1.

P1: *saya mau yang cool*

Saat P2 memanggil pelayan pertama, ada empat pelayan menjinjing kulkas. Di dalam kulkas ada P3. Lalu P3 membuka kulkas sambil berbicara dengan nada yang menggambarkan kalau dia kedinginan.

P3: kulkas, akakaa

P1: bawa mereka!

P2: pelayan kedua

Saat P2 memanggil P4, ada dua pelayan yang datang. Satu pelayan tersebut membawa palu besar dan satunya lagi tidak membawa apapun. Lalu pelayan yang membawa palu besar memukul pelayan satunya dengan menggunakan palu besarnya. Perbuatan itu membuat gigi pelayan yang tidak membawa apa-apa menjadi rontok. Lalu pelayan tersebut berbicara.

P4: pu..cool.

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang P1 yang adalah seorang ratu. Ratu memiliki hubungan erat dengan sebuah kekuasaan dan biasanya kemauan yang diharapkan ratu akan menjadi sesuatu yang harus dituruti oleh pelayan ratu. Ratu menginginkan sesuatu yang dingin dan ratu pun menyuruh pelayannya untuk memberikan sesuatu yang dingin kepada ratu. Ratu menyuruh pelayannya dengan menggunakan bahasa Indonesia yang bercampur dengan bahasa Inggris. Pelayanpun tidak tahu maksud ratu dengan jelas. Tuturannya “saya mau yang cool” merupakan implikatur percakapan membandingkan tuturan tersebut dapat diartikan bahwa counterpain cool memiliki perbdaan dengan obat yang menangani masalah pada otot dalam hal rasa yang ditimbulkan pada kulit. Counterpain Cool adalah obat yang memiliki rasa dingin tapi dapat menyembuhkan masalah otot. Hal tersebutlah yang ingin ditonjolkan dalam tuturan tersebut. Implikatur percakapan berupa membandingkan ditandai dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan. Penyimpangan maksim pelaksanaan

terlihat dari tuturan yang kurang jelas. Kata cool dalam tuturan tersebut tidak jelas karena lawan tutur dapat memiliki pendapat atau pemaknaan yang berbeda. Terlihat jelas ketika pelayan-pelayan ratu tersebut malah membawakan sesuatu hal yang berbeda dengan apa yang dimaksudkan oleh ratu.

4. Implikatur Percakapan Membandingkan dengan Penanda Penyimpangan Maksim Relevansi

Tuturan implikatur percakapan berupa membandingkan yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim relevansi terdapat pada iklan Counterpain Cool. Selanjutnya dibawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan membandingkan dengan penanda penyimpangan maksim relevansi sebagai berikut.

(8) Iklan : Counterpain Cool

Latar : Kerajaan

Tokoh :

P1: Ratu

P2: pelayan yang disuruh untuk memanggil pelayan lainnya.

P3: pelayan pertama

P4: pelayan kedua terdiri dari dua orang (pembawa palu dan tangan kosong)

P5: pelayan ketiga

P6: pelayan keempat

P7: laki-laki memakai jas

P8: pelayan yang membawa tombak

P9: pelayan yang membawa tombak

P2: pelayan pertama!

Saat P2 memanggil pelayan pertama, ada empat pelayan menjinjing kulkas. Di dala kulkas ada P3. Lalu P3 membuka kulkas sambil berbicara dengan nada yang menggambarkan kalau dia kedinginan.

P3: *kulkas, akakaa*

P1: bawa mereka!

P2: pelayan kedua

Saat P2 memanggil P4, ada dua pelayan yang datang. Satu pelayan tersebut membawa palu besar dan satunya lagi tidak membawa apapun. Lalu pelayan yang membawa palu besar memukul pelayan satunya dengan menggunakan palu besarnya. Perbuatan itu membuat gigi pelayan yang tidak membawa apa-apa menjadi rontok. Lalu pelayan tersebut berbicara.

P4: pu..cool

Setelah pelayan berbicara, P1 menariktali yang dapat membuat lantai terbuka untuk menjatuhkan P4.

P2: pelayan ketiga!

Saat P2 memanggil P5, datanglah P5 yang tiba-tiba membuka bajunya untuk memperlihatkan baju SMA yang dia pakai. Lalu P5 tersebut berkata

P5: *wuaaaa....ekschool*

P1: ehh...(sambil menutup wajah dan memukulkan kayu yang dibawa kekursi)

P2: pelayan keempat!

Saat P2 memanggil P6 datanglah P6 dan P7, mereka merupakan orang yang tampan.

P6: *cowok cool*.

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang P1 yang adalah seorang ratu. Ratu memiliki hubungan erat dengan sebuah kekuasaan dan biasanya kemauan yang diharapkan ratu akan menjadi sesuatu yang harus dituruti oleh pelayan ratu. Ratu menginginkan sesuatu yang dingin dan ratu pun menyuruh pelayannya untuk memberikan sesuatu yang dingin kepada ratu. Ratu menyuruh pelayannya dengan menggunakan bahasa Indonesia yang bercampur dengan bahasa Inggris. Pelayanpun tidak tahu maksud ratu dengan jelas. Implikatur percakapan membandingkan pada iklan Counterpain Cool terdapat dalam beberapa tuturan, yaitu “kulkas...akakak”, “pu...cool”, “wuaa...ekschool”, dan “cowok cool”. Tuturan-tuturan tersebut dapat diartikan sebagai perbandingan antara counterpain cool dengan obat yang lain menangani masalah otot. Hal yang ingin ditonjolkan pada tuturan tersebut adalah keunggulan counterpain cool yang memiliki rasa dingin dikulit tetapi dapat menangani masalah otot, berbeda dengan obat lainnya yang memiliki rasa panas. Counterpain Cool ingin memberikan rasa yang berbeda dengan mengutamakan kenyamanan konsumen. Implikatur percakapan berupa membandingkan ditandai dengan penanda penyimpangan maksim relevansi. Penyimpangan maksim relevansi dapat dilihat dari tuturan yang tidak sejalar dengan topik yang diinginkan ratu. Topiknya adalah tentang sesuatu yang dingin

tetapi lawan tutur malah bertutur tentang lainnya, seperti cowok yang keren dan sebagainya.

c. Sindiran

Sindiran merupakan tuturan yang bermaksud menyindir, mengejek, dan mengkritik pihak tertentu secara tidak langsung. Penanda penyimpangan prinsip kerjasama yang mendukung kemunculan implikatur percakapan sindiran berupa maksim kualitas, maksim pelaksanaan, maksim relevansi, serta gabungan maksim relevansi dan kuantitas, kuantitas dan pelaksanaan. Pembahasan mengenai implikatur percakapan dibagi berdasarkan penanda implikatur, sebagai berikut.

1. Implikatur Percakapan Sindiran dengan Penanda Penyimpangan Maksim Kualitas

Tuturan implikatur percakapan berupa sindiran yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kualitas terdapat pada iklan Betadine Obat Kumur dan Komix DT. Selanjutnya, di bawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan sindiran dengan penanda penyimpangan maksim kualitas sebagai berikut.

(10) Iklan : Komix DT

Latar : Jalan raya

Tokoh :

P1: laki-laki

P2: perempuan

P3: sutradara

P1 dan P2 sebagai aktor yang sedang menjalani perannya dalam sebuah kendaraan.

P1: Haah...(mengantuk dan berkaca pada spion mobil. Lalu P1 memacu mobilnya untuk berjalan dengan kencang).

P1: huukk...huukk..huukk

P2: aaa...(kaget, karena mobil yang dikendarai P1 hendak menabrak mobil yang ada dijalan).

P1: huukk... (sambil mengerem mobil yang dikendarainya).

P3: kat..kat...kat..fokus dong!

P1: sorry, batuk nih.

P3: aahh...

P2:belumsembuh?

P1: nagtuk iya.

P2: *tuk ngantuk ngantuk obat batuknya bikin ngantuk, munum komix DT, batuk reda tanpa ngantuk.*

Setelah P1 meminum komix DT, P1 dan P2 melanjutkan perannya.

P2: gimana?

P1: lanjut!

P1 dan P2: komix sachet DT.

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang laki-laki yang mengalami kesalahan dalam melakukan pekerjaannya yaitu akting. Kesalahan itu dikarenakan laki-laki tersebut sedang batuk. Sutradara pun marah kepadanya. Agar tidak batuk lagi laki-laki tersebut meminum obat batuk tetapi laki-laki tersebut malah mengalami kantuk. Tuturan “tuk ngantuk ngantuk obat batuknya bikin ngantuk, munum Komix DT, batuk reda tanpa ngantuk” merupakan sindiran kepada produk obat batuk yang memiliki efek samping berupa kantuk setelah meminumnya. Seharusnya efek tersebut tidak ada, agar tidak mengganggu aktivitas yang akan dilakukan oleh seseorang. Dari sindiran kepada obat-obat batuk lainnya memiliki tujuan bahwa Komix Sachet DT memiliki kelebihan dai pada obat batuk lain. Komix Sachet DT menganggap produk obatnya tidak akan menghambat aktivitas yang dilakukan seseorang karena dapat menyembuhkan sakit batuk yang di derita. Implikatur percakapan berupa sindirn tersebut ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kualitas. Penyimpangan maksim kualitas terlihat dari tuturan yang tidak berdasarkan fakta. Tutran “tuk ngantuk ngantuk obat batuknya bikin ngantuk, munum Komix DT, batuk reda tanpa ngantuk” tidak berdasarkan fakta. Tidak semua obat batuk selain Komix Sachet DT membuat seseorang akan mengantuk setelah meminumnya.

2. Implikatur Percakapan Sindiran dengan Penanda Penyimpangan Maksim Pelaksanaan

Dalam penelitian ini terdapat implikatur percakapan sindiran dengan penyimpangan maksim pelaksanaan. Tuturan implikatur percakapan berupa

sindiran yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan terdapat pada iklan Batugin. Selanjutnya di bawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan sindiran dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan sebagai berikut.

(11) Iklan : Batugin

Latar : Jalan kota

Tokoh:

P1: laki-laki

P2: perempuan

P3: supir bus

Dalam suatu perjalanan yang macet ada seorang pria yang sedang menyetir mobil dan ia ingin sekali buang air kecil.

P1: pingin pipis

P2: ih.. dari tadi?

P1: *pipisku macet kayak jalanan. Nah benarkan.*

Tiba-tiba P1 keluar dari mobil dan berlari menuju bus yang ada toiletnya.

P1: pak-pak wah (mengetuk pintu bus)

Setelah pintu bus di buka P1 tersebut lari menuju toilet dibagian belakang bus.

P1: misi (sambil berlari menuju toilet)

Setelah dari toilet P1 tersebut menghapiri supir bus tersebut.

P1: maaf-maaf gara-gara macet buang air kecil.

P3: macet tinggal di Batugin

N: minum Batugin dari bahan alami daun jambu biji dan tampuyung membantu menurunkan batu ginjal mengeluarkannya.

P1: aku udah nemu jalan biar ga macet

N: macet, di Batugin aja.

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang seorang laki-laki dengan teman perempuannya yang sedang melakukan perjalanan menggunakan mobil pribadi. Laki-laki tersebut mengalami masalah buang air kecil. Masalah buang air kecil dan macet pada jalanan membuat laki-laki tersebut berlari menuju bus yang dilengkapi dengan fasilitas kamar mandi. Tuturan “pipisku macet kayak jalanan. Nah benarkan”. Implikatur percakapan berupa sindiran pada tuturan tersebut ditandai dengan adanya penanda penyimpangan maksim pelaksanaan. Melanggar maksim pelaksanaan karena menimbulkan ketaksaan (ambigu). Ketaksaan yang muncul pada tuturan tersebut terdapat pada kata “macet”. Kata macet tersebut bisa berarti jalan yang macet atau macet tentang masalah buang airkecil yang dialami seorang lelaki pada iklan Batugin.

3. Implikatur Percakapan Sindiran dengan Penanda Penyimpangan Maksim Relevansi

Tuturan implikatur percakapan berupa sindiran yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim relevansi terdapat dalam iklan Komix DT. Selanjutnya akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan sindiran dengan penanda penyimpangan maksim relevansi sebagai berikut.

(12) Iklan : Komix DT

Latar : Jalan raya

Tokoh :

P1: laki-laki

P2: perempuan

P3: sutradara

P1 dan P2 sebagai aktor yang sedang menjalani perannya dalam sebuah kendaraan.

P1: Haah...(mengantuk dan berkaca pada spion mobil. Lalu P1 memacu mobilnya untuk berjalan dengan kencang).

P1: huukk...huukk..huukk

P2: aaa...(kaget, karena mobil yang dikendarai P1 hendak menabrak mobil yang ada dijalan).

P1: huukk... (sambil mengerem mobil yang dikendarainya).

P3: kat..kat...kat..fokus dong!

P1: sorry, batuk nih.

P3: aahh...

P2:belum sembuh?

P1: ngantuk iya.

P2: *tuk ngantuk ngantuk obat batuknya bikin ngantuk, munum Komix DT, batuk reda tanpa ngantuk.*

Setelah P1 meminum Komix DT, P1 dan P2 melanjutkan perannya.

P2: gimana?

P1: lanjut!

P1 dan P2: komix sachet DT.

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang laki-laki yang mengalami kesalahan dalam melakukan pekerjaannya yaitu akting. Kesalahan itu dikarenakan laki-laki tersebut sedang batuk. Sutradara pun marah kepadanya. Agar tidak batuk lagi laki-laki tersebut meminum obat batuk tetapi laki-laki tersebut malah mengalami kantuk. Tuturan “ngantuk iya” merupakan sindiran kepada obat batuk selain Komix DT yang memiliki efek samping pada penggunaannya yaitu kantuk. Sindiran ini menonjolkan bahwa Komix DT tidak memiliki efek samping seperti obat batuk lainnya. Implikatur percakapan berupa sindiran ditandai dengan penanda penyimpangan maksim relevansi. Penyimpangan maksim relevansi terlihat dari tuturan yang tidak relevan dengan lawan tuturnya. Seharusnya P1 menjawab kepada P2 bahwa P1 belum sembuh atau sudah tetapi P1 malah menjawab “ngantuk iya”.

4. Implikatur Percakapan Sindiran dengan Penanda Gabungan Maksim Kuantitas dan Maksim Relevansi

Tuturan implikatur percakapan berupa sindiran yang ditandai dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim relevansi terdapat dalam iklan Konidin. Selanjutnya akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan sindiran dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim relevansi sebagai berikut.

(13) iklan : Konidin

Latar: Pertokoan

Tokoh:

P1: perempuan berbaju hitam

P2: perempuan berbaju merah

P3: laki-laki yang sakit

P4: ibu penjaga toko

Di jalan P1, P2, dan P3 berkumpul. Mereka terguyur oleh air hujan.

P1: *pilih dia apa aku?* (sambil menunjuk P2 dan dirinya sendiri)

P3: uhuukk...uhuuukk..

P1: *pilih dia apa aku?* (sambil menunjuk P2 dan dirinya sendiri)

Tiba-tiba P3 memalingkan wajahnya dan memegang tangan P4 yang ada disebuah toko dan berbicara.

P3: E...konidin Bu? E... uhuukk(berbicara sambil batuk)

Tanpa berbicara P4 langsung pergi mengambil Konidin.

P1: E...hee...(ketika melihat laki-laki tersebut malah berbicara kepada ibu-ibu yang ada ditoko).

P3: Konidi "n keputusan saya yang paling tepat. Urusan batuk ingat Konidin.

Kontek situasi pada tuturan tersebut tentang tiga orang yang berkumpul di pinggir jalan dalam keadaan hujan yang lebat. Dua diantaranya adalah seorang perempuan. Perempuan tersebut bertanya kepada seorang laki-laki untuk memilih dia atau perempuan yang ada didekatnya. Laki-laki itu tidak menjawab dan memutuskan untuk pergi dari tempat itu. Laki-laki itu pergi ke toko yang dekat untuk membeli konidin. Tuturan “konidin keputusan yang paling tepat. Urusan batuk ingat konidin”, merupakan sebuah sindiran. Sindiran tersebut ditujukan kepada produk obat batuk lain. Dua perempuan tersebut sebenarnya bukan digambarkan sebagai wanita, dua perempuan tersebut digambarkan sebagai produk obat lain yang ingin menarik perhatian laki-laki atau konsumen untuk memilihnya, tetapi laki-laki atau konsumen memilih Konidin untuk dapat menyembuhkan sakit batuk yang dialaminya. Hal tersebut menggambarkan bahwa obat batuk yang dapat dipercaya adalah obat batuk Konidin bukan obat batuk yang lain. Dalam konteks tersebut Konidin adalah obat yang benar-benar cocok dalam mengatasi masalah batuk yang dialami seseorang. Implikatur percakapan sindiran tersebut ditandai dengan penyimpangan maksim kuantitas dan maksim

relevansi. Penyimpangan maksim kuantitas terlihat dari informasi yang melebihi lebihkan tentang Konidin. Penyimpangan maksim relevansi terlihat dari topik yang tidak relevan dengan pembahasan atau percakapan awal. Percakapan awal P3 disuruh P1 memilih antara P1 dan P2 tetapi P3 malah menjelaskan tentang obat Konidin.

5. Implikatur Percakapan Sindiran dengan Penanda Penyimpangan Gabungan Maksim Kuantitas dan Maksim Pelaksanaan

Tuturan implikatur percakapan berupa sindiran ditandai dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim pelaksanaan terdapat dalam iklan Neo Napacin. Selanjutnya akan dipaparkan tuturan yang merupakan Implikatur percakapan sindiran dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim pelaksanaan sebagai berikut.

(14) Iklan : Neo Napacin

Latar : Kebun binatang

Tokoh :

P1: laki-laki

P2: kekasih P1

Di kebun binatang P1 dan P2 duduk bersama melihat gajah

P1: Bebi, kamunitu separuh napasku (sambil memegang bunga mawar)

P2: kalau aku. Eh..eh.. (merasakan sesak napas sambil memegang dadanya)

P1: hah? Sesak napas (kaget P2 mengalami sesak napas)

P2: eh..eh.. (sesak napas)

N: untuk redakan sesak napas karena gejala asma selalu sedia Neo Napacin

P2: *separuh napasku ya neo napacin* (P2 tiba-tiba berdiri dan lari)

P1: bebi... (mengejar P2 yang berlari)

N: Neo Napacin, napas lancar aktivitas lancar

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang laki-laki dan perempuan yang memiliki hubungan seperti layaknya kekasih. Saat itu mereka sedang berwisata di kebun binatang. Tetapi tiba-tiba perempuan tersebut mengalami sesak napas. Tuturan “separuh napasku ya Neo Napacin” merupakan sindiran kepada obat lainnya bahwa obat yang dapat memikat hati konsumen untuk mengatasi masalah sesak napas adalah Neo Napacin. Neo Napacin dapat mengatasi masalah sesak napas yang mengganggu kerja tubuh seseorang. Implikatur percakapan berupa sindiran di tandai dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim pelaksanaan. Penyimpngn maksim pelaksanaan terlihat dari tuturan “separuh napasku” yang mengandung ketaksaan didalamnya. Tuturan tersebut melanggar maksim kuantitas karena memberikan

informasi yang tidak dibutuhkan oleh lawan tuturnya. Informasi yang dibutuhkan oleh lawan tuturnya adalah tentang perasaan hati yang dirasakan oleh perempuan tersebut kepada lawan tuturnya (laki-laki) tetapi perempuan tersebut malah manuturkan tentang perasaannya pada obat Neo Napacin.

d. Saran

Implikatur percakapan dalam iklan obat di televisi berupa saran merupakan tuturan yang bermaksud memberi pendapat yang dikemukakan untuk dipertimbangkan. Penanda penyimpangan prinsip kerjasama yang mendukung kemunculan implikatur saran berupa maksim kuantitas, relevansi dan pelaksanaan serta gabungan antar maksim relevansi dan pelaksanaan, kuantitas dan relevansi. Pembahasan mengenai implikatur percakapan ini dibagi berdasarkan penanda implikaturnya sebagai berikut.

1. Implikatur Percakapan Saran Dengan Penanda Penyimpangan Maksim Kuantitas

Tuturan implikatur percakapan berupa saran yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas terdapat pada beberapa iklan Nin Jiom Pei Pa Kao, Neo Napacin, Oskadon Extra, Hufagrif, Pamol Forte Paracetamol, Inza Mas, Prostakur, Voren, Ultrasilin, dan Stimuno. Selanjutnya akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur percakapan saran dengan penanda penyimpangan maksim kuantitas sebagai berikut.

(15) Iklan : Stimuno

Latar : Rumah

Tokoh :

P1: teman Kaila

P2: ibu P1

P3: Kaila

P4: ibu kaila

P1: jadikan nengok Kaila? (sambil membersihkan meja)

P2: yang tersayang mana boleh sakit (sambil meminumkan Stimuno kepada P1)

P1 dan P2 pergi kerumah P3. Mereka semua berkumpul di kamar P3.

P2: *diminum stimuno juga biar cepat sembuh*

P3: emm... (diberikan stimuno oleh P4)

N: Stimuno memperbaiki sistem imun tubuh. Stimuno ahlinya sistem imun.

P1 dan P3 yee... (merasa senang, bermain menangkap kupu-kupu)

P2: yang tersayang

P1 dan P2: mana boleh sakit (P1 memeluk P2)

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang Kaila yang memiliki teman dekat, mereka sudah seperti keluarga. Saat mengalami sakit, teman dekat Kaila

ingin menjenguk kaila bersama dengan ibunya. Ibu teman kaila membawakan Stimuno untuk Kaila. Tuturan “diminum Stimuno juga biar cepat sembuh” merupakan saran untuk konsumen agar menggunakan Stimuno pada anak yang mengalami sakit. Saran yang lebih ditonjolkan dalam tuturan tersebut tentang perubahan pola pikir masyarakat atau konsumen dalam mengatasi sakit. Kebiasaan masyarakat yang hanya memberikan obat yang sesuai gejala sakit yang diderita oleh seseorang terkadang tidak ampuh dalam menangani sakit, maka dari itu tuturan tersebut ingin mengubah pola pikir masyarakat atau konsumen dalam menangani masalah sakit yang diderita dengan cara menggunakan stimuno yang dapat memperbaiki sistem imun tubuh. Stimuno yang dapat memperbaiki sistem imun tubuh akan meningkatkan daya tahan tubuh dan kekebalan tubuh, apabila daya tahan tubuh dan kekebalan tubuh meningkat maka tubuh akan terhindar dari penyakit dan penyakit atau masalah sakit yang diderita akan lebih cepat sembuh. Implikatur percakapan berupa saran ditandai dengan adanya penanda penyimpangan maksim kuantitas. Penyimpangan maksim kuantitas. Penyimpangan maksim kuantitas terlihat dari tuturan yang kurang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Informasi yang dibutuhkan lawan tutur adalah fungsi dan kegunaan Stimuno.

2. Implikatur Percakapan Saran dengan Penanda Penyimpangan Maksim Relevansi

Tuturan implikatur berupa saran yang ditandai dengan penanda penyimpangan maksim relevansi terdapat pada iklan Procold dan Pamol Forte Paracetamol. Selanjutnya akan dipaparkan tuturan yang merupakan implikatur

percakapan berupa saran dengan penanda penyimpangan maksim relevansi sebagai berikut.

(16) Iklan : Procold

Latar : Toko

Tokoh :

P1: Ibu

P2: Anak

Di toko P1 dan P2 hendak membayar belanjaan yang sudah dibelinya. P1 melihat gerak-gerik kalau P2 sedang sakit.

P1: kamu flu?

P2: hee'e,,, hacing... ha..(tiba-tiba kertas dan barang-barang yang ada di kasir semua berantakan. Lalu waktu dan orang-orang yang ada di dalam toko semua terhenti, kecuali P2).

P1: ehm,,, anaku betul-betul flu. Saatnya cepat-cepat minum Procold. Sakit kepala Procold, hidung tersumbat Procold, demam ya Procold. Procold betul-betul mengatasi semua gejala flu (P1 memberikan procold kepada P2, waktu pun berjalan dengan normal kembali.

P2: *ibu selalu betul.*

P1: flu?

P1 dan P2: minum procold, sudah betul

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang anak yang mengalami sakit flu. Suatu saat anak yang mengalami sakit flu tersebut pergi bersama ibunya untuk berbelanja sesuatu di toko. Ketika anak dan ibu tersebut ingin membayar barang yang hendak di belinya, tiba-tiba saat sampai di kasir anaknya mengalami flu yang membuat kertas-kertas beterbangan. Dalam keadaan tersebut waktu seakan-akan berhenti dan ibu menjelaskan tentang procold. Implikatur berupa saran pada iklan Procold tersebut terdapat dalam tuturan “ibu selalu betul”. Implikatur berupa saran tersebut dapat diartikan bahwa produsen mengajak konsumen untuk menggunakan Procold. Procold adalah obat yang dapat mengatasi flu dengan semua gejala seperti sakit kepala, hidung tersumbat, dan demam. Saran yang disampaikan tersebut ditujukan kepada konsumen atau siapa saja yang mengalami sakit dengan gejala seperti sakit kepala, hidung tersumbat, dan demam diharapkan untuk mengobati dengan Procold karena Procold dalam konteks ini dipercaya dapat mengobati flu dengan gejala beragam tersebut. Implikatur percakapan berupa saran ditandai dengan penanda penyimpangan maksim relevansi. Penyimpangan relevansi terlihat dari tuturan yang tidak relevan. Tuturan “ibu selalu betul” tidak relevan dengan topik tuturan yang dituturkan oleh ibu dalam konteks ini.

3. Implikatur Pecakapan Saran dengan Penanda Penyimpangan Maksim Pelaksanaan

Tuturan Implikatur pecakapan berupa saran dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan terdapat dalam iklan Oskadon SP, Voltaren, Batugin dan Paramex. Selanjutnya dibawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan Implikatur pecakapan saran dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan sebagai berikut.

(17) Iklan : Oskadon SP

Latar: di tempat parkir, jalan, halte dan toko

Tokoh:

P1: perempuan yang mengamati orang-orang yang menjadi patung

P2: laki-laki kontraktor

P3: ibu penjual jamu

P4: supir taksi

Di tempat parkir, jalan, halte dan toko ada wanita yang sedang mengamati semua orang yang menjadi patung dan bergaya seakan-akan tubuhnya sakit.

P1: nyero otot pinggang (mengamati P2) nyeri punggung (mengamati P2), badan pegal linu (mengamati P4). Kalau kerja terhenti, gimana dapat rejeki?

P1 yang mengamati mengambil Oskadon SP dari toko, lalu tiba-tiba semua orang bergerak dan P1 menyanyi.

P1: nyeri otot pinggang mas? (memberikan Oskadon SP kepada P2). Nyeri-nyeri punggung mbak? (memberikan oskadon SP kepada P3). Badan pegal linu pak? (memberikan osadon SP kepada P4) minum Oskadon SP!

N: Oskadon SP bebaskan pegal linu

Konteks sitiasi pada tuturan tersebut tentang seorang perempuan yang berjalan-jalan di sebuah kota, saat diperjalanan perempuan tersebut melihat orang-orang mengalami masalah sakit otot, nyeri dan badan pegal. Orang-orang yang dilihat oleh perempuan tersebut adalah laki-laki yang memiliki pekerjaan sebagai kontraktor, ibu tukang jamu, dan bapak-bapak supir taksi. Tuturan “nyeri otot pinggang mas? Nyeri-nyeri punggung mbak? Badan pegal linu pak? Minum Oskadon SP!” merupakan sebuah saran. Saran tersebut ditujukan kepada konsumen yang memiliki masalah pada otot, nyeri dan badan pegal linu agar menggunakan Oskadon SP. Oskadon SP merupakan obat yang dapat menyembuhkan masalah pada otot, nyeri, dan badan pegal linu. Implikatur berupa saran tersebut ditandai dengan penanda penyimpangan maksim pelaksanaan, terlihat dari tuturan yang tidak urut dan disusun dengan rapi. Tuturan tersebut juga tidak jelas. Ketidakjelasan tersebut terlihat dari tuturan yang berbentuk tanya.

4. Implikatur Percakapan Saran dengan Penanda Penyimpangan Gabungan Maksim Kuantitas dan Maksi Relevansi

Tuturan Implikatur percakapan saran dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim relevansi terdapat pada iklan Paramex. Di bawah ini akan dipaparkan tuturan yang merupakan Implikatur percakapan saran dengan penanda penyimpangan gabungan maksim kuantitas dan maksim relevansi sebagai berikut.

(19) Iklan : Paramex

Latar : Toko obat

Tokoh :

P1: laki-laki

P2: perempuan

P3: penjual obat

P1 dan P2 yang mengalami sakit berjalan menuju toko obat

P2: haaciiing...hukk,,hukk,,hukk(batuk)

P1 berjalan menuju toko obat dengan memegang kepalanya, sedangkan P2 berjalan menuju toko obat dengan menutup hidung dan mulutnya.

P1 dan P2: ada Paramex?

P3: *sakit kepala? (berbicara kepada P1) Paramex sakit kepala)*

P3: *flu dan batuk? (berbicara kepada P2) Paramex flu dan batuk)*

P1: Paramex sakit kepala

P2: Paramex flu dan batuk

P1, P2 dan P3 duo mantap yang dipercaya

N: produksi konimex

Konteks situasi pada tuturan tersebut tentang seorang laki-laki yang mengalami sakit kepala dan perempuan yang mengalami flu dan batuk. Mereka mencari obat paramex yang terdapat di toko sekitar mereka. Tuturan “sakit kepala? Paramex sakit kepala” dan “flu dan batuk? Paramex flu dan batuk” merupakan saran untuk konsumen dalam menggunakan obat paramex, agar tepat guna dengan penyakit yang sedang diderita. Paramex dibagi menjadi dua yaitu paramex sakit kepala dan Paramex flu dan batuk. Paramex sakit kepala dikhususkan untuk mengobati sakit kepala, sedangkan Paramex flu dan batuk dikhususkan untuk mengobati flu dan batuk. Penyimpangan maksimal relevansi terlihat dari penjaga toko yang malah bertanya balik ketika ditanya, ketidakrelevannya terlihat dari tuturan penjaga toko. Penyimpangan maksimal kuantitas terlihat dari tuturan penyebutan paramex sakit kepala dan Paramex flu dan batuk. Tuturan tersebut menyimpang dari maksimal kuantitas karena memberikan informasi yang tidak dibutuhkan oleh lawan tutur. Informasi yang dibutuhkan oleh lawan tutur hanya ada tidaknya obat Paramex di toko tersebut.

2. Penyimpangan Prinsip Kerjasama Sebagai Penanda Kemunculan Implikatur Percakapan dalam Iklan Produk Obat

Prinsip kerjasama adalah prinsip yang mengatur kerjasama antara penutur dan lawan tutur dalam sebuah percakapan. Penyimpangan kerjasama dalam

penelitian ini digunakan sebagai penanda kemunculan implikatur percakapan pada iklan. Sutradara melakukan penyimpangan prinsip kerjasama agar iklan yang ditampilkan dapat maksimal dalam menginformasikan kepada konsumen.

Penyimpangan prinsip kerjasama yang ditemukan pada iklan produk obat sebagai penanda kemunculan impikatur percakapan yaitu 1) kuantitas, 2) pelaksanaan, 3) kualitas, dan 4) relevansi

a. Maksim Kuantitas

Maksim kuantitas mengharapkan agar seorang penutur memberikan kontribusi yang memadai atau mencukupi. Apabila seorang penutur memberikan kontribusi yang berlebihan atau sebaliknya maka hal tersebut meupakan sebuah penyimpangan maksim kuantitas. Pembahasan penyimpangan maksim kuantitas sebagai penanda kemunculan implikatur percakapan sebagai berikut.

(1) Iklan : Triaminc

Latar : Taman

Tokoh :

P1: Anak

P2: Ibu

P1: mah, tenggorokanku serak seperti kodok!

N: berikan Triaminic redakan batuk pilek secara efektif dengan formula berbeda untuk berbagai indikasi.

P1: mah, suara kodoknya sudah hilang!

Ketika P1 sembuh dari sakitnya, P2 langsung menggendong P1 dan memutar-mutarkan P1.

N: *Triaminic andalan ibu saat si kecil batuk dan pilek.*

Tuturan “Triaminic andalan ibu saat si kecil batuk dan pilek” melanggar maksim kuantitas karena memberikan informasi yang berlebihan tentang Triaminic. Konteks awal pada iklan tersebut tentang seorang anak yang mengeluh karena mengalami masalah pada tenggorokan, tetapi tanggapannya mengarah kepada obat Triaminic yang dianggap dapat menyembuhkan batuk pilek secara efektif. Tuturan tersebut merupakan obat yang paling bagus untuk menangani sakit batuk pada dan pilek yang terjangkau pada anak dan dapat menjadi obat yang diandalkan oleh para ibu. Tuturan tersebut dikatakan berlebihan karena pembahasan tentang triaminic yang menjurus terhadap kepercayaan ibu untuk menggunakan triaminic saat anak sakit.

b. Maksim Pelaksanaan

Maksim pelaksanaan mengharapkan agar seorang penutur menghindari ungkapan yang tidak jelas, tidak kabur, menghindari ketaksaan (ambigu), suatu percakapan yang singkat atau tidak berlebihan. Pembahasan penyimpangan maksim pelaksanaan sebagai penanda kemunculan implikatur percakapan sebagai berikut.

(2) Iklan : Batugin

Latar : Jalan kota

Tokoh:

P1: laki-laki

P2: perempuan

P3: supir bus

Dalam suatu perjalanan yang macet ada seorang pria yang sedang menyetir mobil dan ia ingin sekali buang air kecil.

P1: pingin pipis

P2: ih.. dari tadi?

P1: *pipisku macet kayak jalanan. Nah benarkan.*

Tiba-tiba P1 keluar dari mobil dan berlari menuju bus yang ada toiletnya.

P1: pak-pak wah (mengetuk pintu bus)

Setelah pintu bus di buka P1 tersebut lari menuju toilet dibagian belakang bus.

P1: misi (sambil berlari menuju toilet)

Setelah dari toilet P1 tersebut menghapiri supir bus tersebut.

P1: maaf-maaf gara-gara macet buang air kecil.

P3: macet tinggal di Batugin

N: minum Batugin dari bahan alami daun jambu biji dan tampuyung membantu menurunkan batu ginjal dan mengeluarkannya.

P1: aku udah nemu jala nbiar ga macet

N: macet, di Batugin aja.

Tuturan “pipisku macet kayak jalanan”, “macet tinggal di Batugin”, “macet di Batugin aja” melanggar maksim pelaksanaan karena menimbulkan ketaksaan (ambigu). Ketaksaan yang mencul pada ketiga tuturan tersebut terdapat pada kata “macet”. Kata “macet” tersebut bisa berarti jalan yang macet atau macetmas atau tentang masalah buang air kecil yang dialami seorang laki-laki macet tentang masalah buang air kecil yang di alami seorang laki-laki pada iklan Batugin. Tuturan “pipisku macet kayak jalanan” memiliki implikatur percakapan berupa sindiran tentang penggambaran jalan yang mengalami masalah macet. Tuturan “macet tinggal di Batugin” memiliki implikatur percakapan berupa saran untuk konsumen agar menggunakan obat Batugin yang dapat mengatasi buang air kecil yang dialami seseorang. Tuturan “macet di Batugin aja” memiliki implikatur berupa saran untuk konsumen agar menggunakan Batugin dalam mengatasi masalah buang air kecil yang dialami.

c. Maksim Kualitas

Maksim kualitas mengharapkan agar seorang penutur mengatakan sesuatu hal dengan benar dan berdasarkan fakta. Informasi yang disampaikan seorang penutur kepada mitra tutur jika tidak berdasarkan fakta, maka hal tersebut merupakan penyimpangan maksim kualitas. Pembahasan penyimpangan maksim kualitas sebagai penanda implikatur percakapan sebagai berikut.

(3) Iklan : Betadine Obat Kumur

Latar : Mall

Tokoh :

P1 : Laki-laki yang sedang saki gigi

P2 : Perempuan penjaga toko obat

Di dalam sebuah mall ada seorang pria berlari menuju toko obat.

P1: Ee...s...ee...(menggerang kesakitan) aduh, ada obat sakit gigi?

P2: Jangan cuma hilangin sakit. Kumur Betadine bunuh kuman penyebab sakit gigi. Cepat sembuh dan tidak kambuh lagi.

Setelah P2 menjelaskan, P1 berkumur dengan bBetadine dan hasilnya P1 sembuh dari sakit gigi.

P1: *Sakit gigi kumur Betadine ini baru betul.*

Tuturan “sakit gigi kumur betadine ini baru betul” melanggar maksimal kualitas karena tidak berdasarkan fakta. Tuturan “kumur Betadine ini baru betul” mengacu pada obat sakit gigi lainnya salah atau tidak ampuh untuk menangani sakit gigi. Tuturan tersebut bermaksud untuk menaikkan kepercayaan masyarakat pada obat Betadine. Tuturan tersebut tidak berdasarkan fakta karena menganggap obat lainnya tidak ampuh dalam menangani sakit gigi. Padahal obat selain Betadine ada juga yang dapat menyembuhkan sakit gigi. Tuturan tersebut mengandung implikatur percakapan berupa sindiran kepada obat sakit gigi lain yang berupa ketidak ampuhan obat sakit gigi lainnya dalam mengatasi masalah sakit gigi karena hanya menyembuhkan tetapi tidak membunuh kuman penyebab sakit.

d. Maksim relevansi

Maksim relevansi mengharuskan seorang penutur mengatakan sesuatu hal dengan relevan berdasarkan topik pembicaraan. Pembahasan penyimpangan maksim relevansi sebagai penanda kemunculan implikatur percakapan sebagai berikut.

(4) Iklan : Procold

Latar : Toko

Tokoh :

P1: Ibu

P2: Anak

Di toko P1 dan P2 hendak membayar belanjaan yang sudah dibelinya. P1 melihat gerak-gerik kalau P2 sedang sakit.

P1: kamu flu?

P2: hee'e,,, hacing... ha..(tiba-tiba kertas dan barang-barang yang ada di kasir semua berantakan. Lalu waktu dan orang-orang yang ada di dalam toko semua terhenti, kecu li P2).

P1: ehm,,, anaku betul-betul flu. Saatnya cepat-cepat minum Procold. Sakit kepala Procold, hidung tersumbat Procold, demam ya Procold. Procold betul-betul mengatasi semua gejala flu (P1

memberikan Procold kepada P2, waktu pun berjalan dengan normal kembali.

P2: *ibu selalu betul.*

P1: flu?

P1 dan P2: minum procold, sudah betul

Tuturan “ibu selalu betul” melanggar maksim relevansi karena informasi yang disampaikan tidak relevan dengan topik pembicaraan. Tuturan tersebut mengacu pada kepercayaan anak bahwa semua perkataan yang dikatakan oleh ibu adalah betul. Hal tersebut menyimpang dari topik pembicaraan yaitu tentang sakit yang di derita oleh anak. Dalam konteks ini, tuturan “ibu selalu betul” memiliki implikatur percakapan berupa saran kepada konsumen untuk menggunakan obat procold dalam mengatasi masalah sakit kepala, hidung tersumbat, demam, dan semua gejala flu yang diderita.

Berdasarkan hasil pembahasan tentang implikatur percakapan iklan produk obat di televis, implikatur percakapan ini didasari oleh teori implikatur Grice bahwa implikatur percakapan sebagai salah satu aspek kajian pragmatik perhatian utamanya adalah mempelajari maksud suatu ucapan sesuai dengan konteksnya. Dengan menerangkan perkataan lain, implikatur percakapan dipakai untuk menerangkan makna implisit dibalik apa yang diucapkan atau dituliskan sebagai sesuatu yang diimplikasikan.

Menurut Grice ada seperangkat asumsi yang melingkupi dan mengatur kegiatan percakapan sebagai suatu tindakan berbahasa. Seperangkat asumsi itu

akan memandu tindakan orang dalam percakapan untuk mencapai hasil yang baik. Selanjutnya, seperangkat asumsi itu oleh Grice disebut aturan percakapan (maxims of conversation) yang terdiri atas empat maksim yaitu maksim kuantitas, maksim kualitas, maksim relevansi dan maksim pelaksanaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai implikatur percakapan iklan produk obat di televisi, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Implikatur percakapan iklan produk obat di televisi berupa meyakinkan memiliki jumlah tuturan sebanyak 40%, membandingkan sebanyak 15%, menyarankan sebanyak 30% tuturan dan menyindir sebanyak 10% tuturan. Dalam iklan produk obat tersebut, implikatur paling banyak didominasi oleh meyakinkan karena terkait dengan fungsi dan tujuan iklan untuk menarik hati para konsumen agar percaya, menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kepada konsumen tentang produk yang hendak dipasarkan.
2. Penanda Implikatur percakapan iklan produk obat di televisi berupa penyimpangan prinsip kerjasama yang terdiri dari penyimpangan maksimum kuantitas, maksimum kualitas, maksimum relevansi dan maksimum pelaksanaan. Dalam iklan produk obat di televisi maksimum kuantitas paling banyak mendominasi. Penanda implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi berupa penyimpangan prinsip kerjasama digunakan sebagai sarana penyampaian tentang kelebihan yang dimiliki oleh produk obat.

B. Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut.

1. Bagi pembaca, penggunaan bahasa iklan produk obat di televisi banyak yang mengandung implikatur percakapan dengan melakukan penyimpangan prinsip kerjasama. Penyimpangan prinsip kerjasama ini tentu dilakukan baik sengaja maupun tidak di sengaja. Namun, hendaknya dalam berbicara penting diperhatikan kaidah-kaidah yang mengatur percakapan baik penutur maupaun petutur selalu berusaha agar tuturannya relevandengan konteks jelas dan mudah dipahami, padat dan ringkas serta selalu pada persoalan.
2. Penelitian tentang implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi ini masih sangat sederhana dan masih belum begitu sempurna. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai implikatur percakapan dengan objek yang berbeda.