

**IMPLIKATUR BAHASA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI  
KOTA MAKASSAR (KAJIAN PRAGMATIK)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**Oleh**

**Nurul Lathifah Insani AR**

**10533793215**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITA MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2019**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama **NURUL LATHIFAH INSANI AR**, NIM: 10533793215 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 132 TAHUN 1440 H/2019 M, Tanggal 25 Agustus 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Pendidikan** pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Sabtu tanggal 31 Agustus 2019

Makassar, 30 Dzulhijah 1440 H  
31 Agustus 2019 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, S.F., M. M.
2. Ketua : Erwin Akib, M. Pd., Ph. D.
3. Sekretaris : Dr. Baharullah, M. Pd.
4. Penguji :
  1. Prof. Dr. H. M. Ide Said DM, M.Pd.
  2. Dr. Syafruddin, M.Pd.
  3. Dr. Marwiah, M.Pd.
  4. Aliem Bahri, S.Pd., M.Pd.

*Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'Jtrul' and several illegible signatures.*

Disahkan Oleh :  
Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar

  
**Erwin Akib, M. Pd., Ph. D.**  
NBM : 860934



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Judul skripsi : Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota  
Makassar (Kajian Pragmatik)

Nama : **Nurul Lathifah Insani AR**

Nim : **10533793215**

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Setelah diperiksa dan diteliti, skripsi ini telah memenuhi persyaratan untuk  
diujikan.

Makassar, 04 September 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Dr. Syafruddin, M.Pd.**

  
**Akram Budiman Yusuf, S.Pd., M.Pd.**

Diketahui oleh

Dekan FKIP  
Unismuh Makassar

Ketua Jurusan Pendidikan  
Bahasa dan Sastra Indonesia

  
**Erwin Akib, M. Pd., Ph. D**  
**NBM: 860 954**

  
**Dr. Munirah, M. Pd.**  
**NBM: 951576**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Jl. Sultan Alauddin ☎ (0411) 860 132 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### SURAT PERNYATAAN

Nama : **NURUL LATHIFAH INSANI AR**  
NIM : 10533 7932 15  
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Judul Skripsi : **Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar (Kajian Pragmatik)**

Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah asli hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan atau dibuatkan oleh orang lain.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, September 2019  
Yang membuat pernyataan

**NURUL LATHIFAH INSANI AR**  
10533 7932 15



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT PERJANJIAN**

Nama : **NURUL LATHIFAH INSANI AR**  
NIM : 10533 7932 15  
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Judul Skripsi : **Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar (Kajian Pragmatik)**

Dengan ini menyatakan perjanjian sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesainya skripsi ini, saya menyusun sendiri (tidak dibuatkan oleh siapa pun).
2. Dalam menyusun skripsi ini saya selalu melakukan konsultasi dengan pembimbing, yang telah ditetapkan oleh pimpinan fakultas.
3. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi saya.
4. Apabila saya melanggar perjanjian seperti butir 1, 2 dan 3, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, September 2019

Yang membuat perjanjian

**NURUL LATHIFAH INSANI AR**

10533 7932 15

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

*Proses tidak akan mengkhianati hasil*



Kupersembahkan karya ini buat:  
Kedua orang tuaku, saudaraku, dan sahabatku,  
atas keikhlasan dan doanya dalam mendukung penulis  
mewujudkan harapan menjadi kenyataan

## ABSTRAK

**Nurul Lathifah Insani AR. 2019.** *Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar.* Skripsi. Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing 1 Syafruddin dan pembimbing II Akram Budiman Yusuf. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan penggunaan implikatur konvensional dan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan pragmatik. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pustaka, dokumentasi, simak, catat, dan wawancara. Instrumen penelitian yang digunakan adalah *human instrument* dan instrumen penunjang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam bahasa iklan layanan masyarakat terdapat penggunaan implikatur konvensional dan implikatur konversasional (percakapan). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa implikatur konvensional berupa larangan, imbauan, peringatan, dan ajakan dengan implikatur konversasional (percakapan) berupa mengimbau, mengajak, mengingatkan, melarang, meminta/memerintah, memberitahukan, dan menyindir pada iklan layanan masyarakat di Kota Makassar.

**Kata kunci:** Pragmatik, implikatur, iklan layanan masyarakat.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Allah Maha Penyayang dan Pengasih, demikian kata yang mewakili atas segala karunia dan nikmat-Nya. Jiwa ini takkan henti bertahmid atas anugerah pada detik waktu, denyut jantung, gerak langkah, serta rasa dan rasio pada-Mu, Sang Khalik. Skripsi ini adalah setitik dari sederetan berkah-Mu.

Setiap orang dalam berkarya selalu mencari kesempurnaan, tetapi terkadang kesempurnaan itu terasa jauh dari kehidupan seseorang. Kesempurnaan bagaikan fatamorgana yang semakin dikejar semakin menghilang dari pandangan, bagai pelangi yang terlihat indah dari kejauhan, tetapi menghilang jika didekati. Demikian juga tulisan ini, kehendak hati ingin mencapai kesempurnaan, tetapi kapasitas penulis dalam keterbatasan. Segala daya dan upaya telah penulis kerahkan untuk membuat tulisan ini selesai dengan baik dan bermanfaat dalam dunia pendidikan, khususnya dalam ruang lingkup Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat mencapai gelas sarjana (S-1), skripsi ini bersifat penelitian. Skripsi ini juga dibuat agar dapat memberi pengetahuan kepada pembaca mengenai “Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar (Kajian Pragmatik) ”.

Motivasi dari berbagai pihak sangat membantu dalam perampungan tulisan ini. Segala rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing I dan pembimbing II yakni Dr. Syafruddin, M.Pd. dan Akram Budiman Yusuf, S.Pd.,M.Pd. yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi sejak awal penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini.

Teristimewa ucapan terima kasih tidak terhingga kepada kedua orang tua yakni Almarhum Abd. Rahman AS dan Nurhayati R yang telah berjuang, berdoa, mengasuh, membesarkan, mendidik, dan membiayai penulis dalam proses pencarian ilmu. Terima kasih juga kepada keluarga yang selalu memberikan motivasi, baik moral maupun material yang diberikan kepada penulis.

Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih; Prof. Dr. H. Abdul. Rahman Rahim, S.E.,M.M., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar, Erwin Akib, M.Pd.,Ph.D., Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, dan Dr. Munirah, M.Pd., Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia serta seluruh dosen dan para staf pegawai dalam lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali penulis dengan serangkaian ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Ucapan terima kasih penulis kepada teman-teman yang telah membantu menyelesaikan skripsi dan telah meluangkan waktu dan kesempatannya untuk penyusunan skripsi ini. Tanpa ada partisipasi dari teman-teman tentunya skripsi ini

tidak akan terselesaikan. Terima kasih pula kepada pihak-pihak lain yang tak sempat disebutkan satu per satu dalam skripsi ini. Pihak-pihak yang telah memberikan semangat dan membantu dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, baik kontribusi secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kata sempurna tidak pantas penulis sandang karena tidak ada gading yang tidak retak. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan setitik ilmu dan manfaat bagi para pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya. Amin.

Makassar, September 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
SURAT PERJANJIAN .....	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR .....	7
A. Kajian Pustaka .....	7
1. Penelitian yang Relevan .....	7
2. Pragmatik .....	9

3. Hakikat Implikatur .....	11
4. Konsep Implikatur .....	12
5. Jenis-jenis Implikatur .....	14
6. Penanda Implikatur .....	21
7. Konteks .....	23
8. Iklan Layanan Masyarakat .....	28
B. Kerangka Pikir .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian .....	32
B. Fokus Penelitian .....	32
C. Definisi Istilah .....	32
D. Data dan Sumber Data .....	33
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	33
F. Instrumen Penelitian .....	34
G. Teknik Pengumpulan Data .....	34
H. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian .....	36
B. Pembahasan .....	59

BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	69
A. Simpulan .....	69
B. Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Keberadaan bahasa tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Selama manusia masih ada dan hidup, maka bahasa tetap dibutuhkan sebagai suatu unsur penting dalam berinteraksi satu sama lain. Bahasa adalah sistem lambang bunyi dipergunakan oleh para anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri (Kridalaksana, 2008: 24). Fungsi bahasa sebagai alat komunikasi menjadi 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 (dalam Soeparno, 2002: 7) membagi fungsi bahasa atas enam macam, yakni fungsi emotif, konatif, referensial, puitik, fatik, dan metalingual. Sedangkan, Finocchiaro (dalam 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 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 kerja sama. Salah satunya bahasa digunakan dalam bentuk iklan atau periklanan yang bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak tentunya yang bermanfaat.

Penggunaan bahasa pada iklan layanan masyarakat jika dilihat dari sudut pandang kaidah penulisan yang berlaku merupakan suatu pelanggaran. Namun, jika dilihat dan ditelaah dari sudut pandang iklan, maka hal itu merupakan kesalahan yang dimaklumkan. Artinya kesalahan itu tidak berlaku pada iklan. Hal itu disebabkan oleh iklan memiliki kebebasan yang memang tidak bisa ditentukan, dinilai, atau diukur menggunakan aturan yang bukan aturan periklanan. Iklan hanya fokus pada pesan persuasif yang ingin disampaikan (kepadatan makna), logis, dan menarik. Terkadang bahasa iklan yang digunakan tidak bernalar atau tidak menggunakan bahasa Indonesia yang benar.

Contohnya pada iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh instansi kepolisian terdapat suatu pelanggaran jika dilihat dari sudut pandang kaidah penulisan yang terdapat pada teks “*Bajibajiki ki*’ berkendara ces demi keselamatan ta’. Teks tersebut merupakan suatu pelanggaran kaidah penulisan karena tidak menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar melainkan berupa dialek orang Makassar. Kita ketahui di Kota Makassar ada sebagian masyarakat berasal dari berbagai daerah di luar Kota Makassar. Jika penulisannya seperti itu maka hanya

sebagian orang yang mengetahui arti tulisan tersebut khususnya orang Makassar. Hal itu disebabkan karena dalam periklanan memiliki kebebasan sehingga kesalahan itu tidak berlaku pada iklan atau kesalahan yang dimaklumkan.

Iklan selalu hidup dan berada kapan saja dan di mana saja dalam kehidupan manusia. Iklan menjadi salah satu alat untuk mempromosikan suatu barang atau jasa dengan menggunakan media bahasa. Iklan berusaha untuk meyakinkan pembaca bahwa yang dikatakan dalam iklan merupakan sesuatu yang benar. Selain itu, iklan juga meminta atau mengajak pembaca supaya melakukan apa yang diiklankan. Iklan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menarik. Iklan bersifat informatif karena iklan berusaha memberikan informasi kepada masyarakat. Iklan dibuat semenarik mungkin dengan cara menggunakan bahasa yang dapat menarik dan mendapat perhatian masyarakat penikmat iklan. Bahasa iklan juga bersifat sederhana dan tidak bertele-tele serta berusaha menarik perhatian penikmat iklan dengan cara memberikan tampilan warna, gambar, serta suara. Dengan demikian, masyarakat yang melihat, mendengar, dan membaca iklan akan terkesan pada apa yang diiklankan (Gaffar, 2018: 1).

Iklan layanan masyarakat merupakan sebuah wacana karena iklan layanan masyarakat suatu wujud dari wacana tulis. Dikatakan wacana tulis karena dalam iklan layanan masyarakat tersebut terdapat ejaan, penggunaan kosakata, kalimat, serta kaidah-kaidah ketatabahasaan yang disampaikan dalam bentuk tulisan. Dalam iklan layanan masyarakat juga mengandung pesan yang ingin disampaikan penulis iklan kepada masyarakat, baik berupa pemberitahuan, ajakan, larangan, dan imbauan. Selain makna yang tersurat, iklan layanan masyarakat juga memiliki makna yang

tersirat (implisit). Perlu pengkajian yang mendalam untuk mengetahui makna implisit iklan tersebut (Gaffar, 2018: 1).

Pemaknaan iklan muncul dengan berbagai hambatan, salah satunya tidak semua masyarakat dapat memahami makna kontekstual dari setiap slogan iklan yang ditayangkan pada layar televisi ataupun di baliho. Banyak di antara masyarakat hanya dapat memahami slogan-slogan tersebut secara konvensional.

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

Untuk menemukan atau memahami implikatur percakapan/ pernyataan pada iklan layanan masyarakat, 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.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul “ **Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar (Kajian Pragmatik)**”, karena dalam iklan layanan masyarakat terdapat makna tersembunyi atau tersirat (implisit) yang sebagian masyarakat kurang memahami apa yang sebenarnya maksud dari penutur (penulis). Sebab sebagian

masyarakat mengalami kesulitan untuk memahami secara kontekstual slogan-slogan yang digunakan di dalam iklan tersebut.

Contohnya iklan layanan masyarakat “Dua Anak Cukup”. Pada iklan tersebut jika dimaknai secara konvensional, yakni dilihat dari makna konseptual, kata “cukup” berarti sudah memadai dan tidak perlu ditambah lagi. Dengan pemahaman masyarakat yang demikian, maka masyarakat akan berasumsi bahwa tidak boleh memiliki anak lebih dari dua. Sedangkan tujuan dari iklan tersebut secara kontekstual adalah agar orang tua dapat memantau perkembangan anak dengan baik sehingga dapat menjadi anak yang berkualitas untuk menciptakan penerus yang lebih sejahtera. Kesulitan audiens untuk memahami secara kontekstual slogan-slogan yang digunakan di dalam iklan umumnya disebabkan oleh keterbatasan kosakata, kurangnya pengetahuan tentang makna kata dan kurangnya pengetahuan tentang konteks.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis wacana kontekstual terhadap iklan-iklan yang dipublikasikan oleh para produsen barang atau jasa serta layanan masyarakat. Setidaknya dengan itu masyarakat diajarkan untuk memahami makna kontekstual dari bahasa atau slogan yang digunakan dalam tayangan iklan.

## **B. Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimanakah penggunaan implikatur konvensional dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar ?
2. Bagaimanakah penggunaan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar ?

### **C. Tujuan Penelitian**

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

1. Mendeskripsikan penggunaan implikatur konvensional dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar.
2. Mendeskripsikan penggunaan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar.

### **D. Manfaat Penelitian**

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

#### **1. Manfaat Teoretis**

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

#### **2. Manfaat Praktis**

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

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Pustaka

Usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam membahas masalah yang diuraikan, diperlukan sejumlah teori yang menjadi kerangka landasan di dalam melakukan penelitian sebagai salah satu sistem berpikir ilmiah. Sehubungan dengan itu, maka penulis membahas beberapa teori yang dianggap relevan dan fokus yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan bertujuan untuk mengetahui keaslian sebuah karya ilmiah. Pada dasarnya suatu penelitian tidak beranjak dari awal, akan tetapi umumnya telah ada acuan yang mendasarinya. Hal ini bertujuan sebagai titik tolak untuk mengadakan suatu penelitian. Oleh karena itu, dirasakan perlu sekali meninjau penelitian yang telah ada. Penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, di antaranya skripsi dan tesis sebagai berikut.

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh M Heru Hermaan pada tahun 2015 yang berjudul *Implikatur pada Wacana Sepanduk Iklan Kendaraan Bermotor di Surakarta*. Dalam penelitiannya ditemukan bentuk implikatur konvensional yang terdapat pada sepanduk iklan bermotor di Surakarta. Implikatur ditemukan bahwa terdapat banyak maksud dalam satu iklan.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada permasalahan yang dikaji tentang implikatur dalam bidang pragmatik. Perbedaan penelitian ini adalah iklan layanan masyarakat di Kota Makassar sedangkan sumber data pada penelitian sebelumnya adalah sepanduk iklan kendaraan bermotor di Surakarta.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Yosefina Eva Marini pada tahun 2017 yang berjudul *Implikatur pada Ungkapan di Badan Angkutan Umum Wilayah Tanjung Karang dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA*. Dalam penelitiannya ditemukan jenis implikatur yang sering digunakan pada ungkapan di badan angkutan umum adalah implikatur konvensional. Selain itu, menemukan fungsi implikatur untuk mengingatkan, memberitahu atau menginformasikan, melarang, menyindir, mengkritik dan memprotes. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu tentang implikatur dalam bidang pragmatik. Perbedaan penelitian ini adalah iklan layanan masyarakat di Kota Makassar sedangkan sumber data pada penelitian sebelumnya adalah ungkapan di badan angkutan umum.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Muh. Syukri Gaffar tahun 2018 yang berjudul *Analisis Makna Implikatur Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar*. Dalam penelitiannya ditemukan makna konseptual, makna kontekstual, dan makna implikatur pada iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang implikatur dalam bidang pragmatik. Kesamaan penelitian ini juga terdapat pada sumber data yaitu iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Perbedaan penelitian ini adalah mengenai penggunaan implikatur konvensional dan implikatur konversasional

(percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Sedangkan penelitian sebelumnya adalah berfokus pada analisis makna konseptual dan makna kontekstual dilakukan untuk menemukan makna implikatur. Selain itu, terdapat juga perbedaan yaitu penelitian ini hanya berfokus pada iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh instansi kepolisian edisi 2019 sedangkan sumber data pada penelitian sebelumnya yaitu iklan layanan masyarakat edisi 2018 yang ada di Kota Makassar.

## **2. Pragmatik**

Pragmatik merupakan ilmu bahasa yang mempelajari relasi antara tanda, makna, dan konteks. Levinson (dalam Yusri, 2016: 1) mencoba menggambarkan mengenai hakikat dari ilmu pragmatik. Levinson (dalam Yusri, 2016: 1-2) berpendapat bahwa pragmatik merupakan studi terhadap semua hubungan antara bahasa dan konteks yang digramatikkalisasikan atau ditandai di dalam struktur bahasa.

Wijana (1996: 2) juga mencoba mendefinisikan ilmu pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana kesatuan kebahasaan digunakan dalam komunikasi. Berdasarkan pendapat dari Levinson dan Wijana di atas, dapat disimpulkan bahwa fokus kajian dari ilmu pragmatik adalah konteks yang melatar belakangi sebuah komunikasi. Dalam hal ini substansi pragmatik terletak pada makna yang terikat dalam suatu wacana, baik tulisan maupun lisan.

Menurut Yule (2006), yang merupakan salah satu tokoh dalam ilmu pragmatik berpendapat bahwa pragmatik merupakan ilmu yang meneliti makna

yang dikomunikasikan oleh pembicara dan diterjemahkan oleh pendengar maupun pembaca. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dilihat bahwa pragmatik lebih banyak mempelajari tentang analisis maksud dari pembicara daripada kosakata itu sendiri. Maka dari itu studi pragmatik perlu mengikutsertakan penafsiran dari apa yang pembicara maksudkan dalam konteks tertentu dan bagaimana konteks itu mempengaruhi pendengar maupun pembaca terhadap apa yang dikatakan. Terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam kajian ini, seperti siapa lawan bicaranya, di mana, kapan, dan dalam situasi apa. Maka dari itu Yule (2006), menyimpulkan bahwa pragmatik adalah studi tentang makna konteks (*contextual meaning*).

Selain pragmatik juga dikenal semantik yang juga kajiannya mengenai bagaimana menelaah makna. Ketika dibandingkan antara kedua cabang ilmu tersebut dalam hal ini adalah semantik dan pragmatik, maka dapat dilihat persamaan dan perbedaannya. Persamaannya adalah kedua cabang ilmu tersebut merupakan cabang ilmu bahasa yang mengkaji yang kajiannya menelaah makna. Adapun perbedaannya semantik yakni menelaah ataupun mempelajari makna secara internal. Secara internal dalam hal ini menjelaskan bahwa makna yang bebas konteks. Berbeda halnya dengan ilmu pragmatik yang mempelajari makna secara eksternal atau makna yang dikaji dalam ilmu pragmatik terikat dengan konteks.

Verhaar (1997) dan Parker (1986) juga menjelaskan hal yang sama. Mereka mengatakan bahwa dalam kajian semantik yang menjadi objek kajiannya adalah makna linguistik atau *linguistic meaning*. Sedangkan dalam ilmu

pragmatik, yang menjadi objek kajiannya adalah maksud penutur atau *speaker meaning*.

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

Implikatur merupakan salah satu bagian dalam pragmatik. Berkaitan dengan pengertian, berikut beberapa pengertian tentang implikatur yang dikemukakan oleh ahli-ahli bahasa. Menurut Yule (2006) istilah implikatur dipakai untuk menerangkan apa yang mungkin diartikan, disarankan, atau dimaksudkan oleh penutur yang berbeda dengan apa yang sebenarnya yang dikatakan oleh penutur. Pendapat itu bertumpu pada suatu makna yang berbeda

dengan makna tuturan secara harfiah. Dengan demikian, implikatur adalah maksud, keinginan, atau ungkapan-ungkapan hati yang tersembunyi (Achmad dan Abdullah, 2013: 137). Hal ini sejalan dengan pendapat Lubis (1991: 70) implikatur adalah arti atau aspek pragmatik. Arti literal (harfiah) itu yang turut mendukung arti sebenarnya dari sebuah kalimat, selebihnya berasal dari fakta-fakta di sekeliling kita dan kondisinya.

Grice (dalam Rahardi, 2005: 43) dalam artikelnya yang berjudul “*Logic and Conversation*” menyatakan bahwa sebuah tuturan dapat mengimplikasikan proposisi yang bukan merupakan bagian dari tuturan tersebut. Proposisi yang diimplikasikan itu dapat disebut dengan implikatur.

Nababan (dalam 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 di balik pengguna 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**

Konsep implikatur pertama kali diperkenalkan oleh Grice (1975) untuk memecahkan persoalan makna bahasa yang tidak dapat diselesaikan oleh teori

semantik biasa. Jika hanya mengandalkan teori atau pemahaman semantik saja, makna suatu tuturan atau ujaran tidak bisa dipahami dan dimengerti dengan tepat. Ketidaktepatan pemahaman makna ujaran sangat berimbas pada tercapainya tujuan komunikasi. Tujuan komunikasi adalah agar pesan yang ingin disampaikan oleh penutur dapat diterima dengan benar oleh mitra tuturnya. Jika mitra tutur hanya memahami pesan penutur secara semantik saja, komunikasi tidak bisa berjalan dengan baik. Untuk dapat memahami dan menangkap maksud penutur, pemahaman mengenai konsep implikatur sangat diperlukan.

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 dimaksud 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 Levinson (dalam 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 pengertian 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 pragmatiskan 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. Jenis – jenis Implikatur**

Implikatur dibagi menjadi lima, yaitu implikatur percakapan, implikatur percakapan umum, implikatur berskala, implikatur percakapan khusus, dan implikatur konvensional (Yule, 2006: 69).

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.

Grice (dalam Mulyana, 2005: 12) menyatakan, bahwa ada dua jenis implikatur yaitu 1) implikatur konvensional, dan 2) implikatur konversasional (implikatur percakapan). Speber dan Wilson (dalam Nadar, 2009: 62) membedakan implikatur menjadi dua macam, yaitu *implicated premises* dan *implicated conclusion*. *Implicated premises* harus dilakukan oleh pendengar yang harus memperolehnya dari ingatannya atau menyusunnya dengan mengembangkan ancangan-ancangan asumsi yang diperoleh dari ingatannya. Sedangkan *implicated conclusion* diperoleh dengan jalan menyimpulkan dari keterangan tuturan dengan konteks.

#### a. Implikatur Konvensional

Konvensional merupakan turunan dari kata “konvensi” yang artinya persetujuan tersirat di antara penutur bahasa untuk mempergunakan kaidah yang sama dalam berkomunikasi (Kridalaksana, 2001: 121). Implikatur konvensional adalah implikatur yang langsung diperoleh dari kata-kata dan kaidah gramatikal (Zamzani dalam Tiara, 2015:10). Implikatur konvensional menurut Mulyana (2005: 12) adalah pengertian yang bersifat umum dan konvensional. Implikatur konvensional yaitu implikatur yang ditentukan oleh “arti konvensional kata-kata yang dipakai”. Maksudnya adalah pengertian yang bersifat umum, semua orang

umumnya sudah mengetahui tentang maksud atau pengertian sesuatu hal tertentu. Implikatur konvensional bersifat *nontemporer*. Artinya, makna atau pengertian tentang sesuatu bersifat lebih tahan lama. Suatu leksem, yang terdapat dalam suatu bentuk ujaran, dapat dikenali implikasinya kerana maknanya “yang tahan lama” dan sudah diketahui secara umum (Mulyana dalam Tiara,2015:11)

Yule (2006: 78) menyatakan implikatur konvensional tidak didasarkan pada prinsip kerja sama atau maksim-maksim. Implikatur konvensional tidak harus terjadi dalam percakapan dan tidak bergantung pada konteks khusus untuk menginterpretasikannya. Maksudnya, penafsiran implikatur konvensional bisa langsung pada tuturan tersebut bahkan tanpa konteks sekalipun sudah bisa dipahami. Hal ini karena penafsiran implikatur konvensional mengacu pada kesepakatan umum sebagaimana contoh di bawah ini.

“Ahmad anak tentara, pantas ia sangat disiplin.”

Selama ini, tentara dianggap sosok yang disiplin, sosok yang tegas dan sosok yang berwibawa. Implikasi yang muncul adalah dalam mendidik anak seorang tentara selalu menerapkan kedisiplinan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa implikatur konvensional lebih menjelaskan pada apa yang dimaksud dan diketahui secara umum. Jadi, peserta tutur umumnya sudah mengetahui tentang maksud atau pengertian suatu hal tertentu dalam sebuah tuturan.

#### b. Implikatur Konversasional (Percakapan)

Implikatur percakapan hakikatnya merupakan konsep yang sangat penting dalam pragmatik. Implikatur percakapan menunjuk pada maksud dari suatu

ucapan. Rohmadi dkk. (2010:9) menyatakan bahwa implikatur percakapan dapat dibedakan atas apa yang diucapkan dan apa yang diimplikasikan oleh ucapan tersebut.

Implikatur percakapan muncul dalam suatu tindak percakapan oleh karena itu sifatnya temporer (terjadi saat berlangsungnya tindak percakapan/terjadi pembicaraan dalam konteks tersebut), dan non-konvensional (sesuatu yang diimplikasikan tidak mempunyai relasi langsung dengan tuturan yang diucapkan) (Levinson, 1991:117).

Menurut Grice (dalam Mudjiono, 1996:32-33) ada tiga jenis implikatur percakapan yakni: implikatur konvensional, praanggapan, dan implikatur nonkonvensional. Implikatur konvensional lebih mengacu pada makna kata secara konvensional, makna percakapan ditentukan oleh arti konvensional kata-kata yang digunakan. Implikatur praanggapan lebih mengacu pada suatu pengetahuan bersama antara penutur dan mitra tutur. Implikatur nonkonvensional, merupakan suatu implikatur yang lebih mendasarkan maknanya pada suatu konteks yang melingkupi suatu percakapan.

Implikatur yang terdapat dalam suatu ujaran terealisasikan dalam sebuah percakapan sehingga dinamakan implikatur percakapan. Grice (1975:43) mengemukakan bahwa implikatur percakapan adalah proposisi atau 'pernyataan' implikatif, yaitu apa yang mungkin diartikan, disiratkan, atau dimaksudkan oleh penutur, yang berbeda dari apa yang sebenarnya dikatakan oleh penutur di dalam suatu percakapan. Sesuatu yang berbeda tersebut adalah maksud pembicara yang

tidak dikemukakan secara eksplisit. Dengan kata lain, implikatur adalah maksud, keinginan atau ungkapan-ungkapan hati yang tersembunyi.

Asumsi dasar percakapan adalah jika tidak ditunjukkan sebaliknya, bahwa peserta tuturnya mengikuti prinsip kerja sama dan maksim-maksin (Yule, 2006: 69). Dalam berkomunikasi, penutur dituntut untuk mengikuti kaidah atau prinsip kerja sama. Jika terjadi pelanggaran prinsip kerja sama, maka akan tercipta sebuah implikatur percakapan. Penting dicatat penuturlah yang menyampaikan makna melalui implikatur dan pendengarlah yang mengenali makna-makna yang disampaikan lewat *inferensi* 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 dapat 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 tuturnya 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 (*illocutionary act*) berarti tindak ujar yang 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 kerja sama 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 kerja sama 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 prinsip kerja sama dengan maksim-maksim. Hal ini sangat berkaitan dengan teori percakapan yang berhubungan dengan prinsip kerja sama. Prinsip kerja sama 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:

- a. 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.
- b. Biasanya tidak ada cara lain untuk mengatakan apa yang dikatakan dan masih mempertahankan implikatur yang bersangkutan.
- c. 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
- d. Kebenaran isi dalam implikatur percakapan bukan tergantung pada kebenaran yang dikatakan. Oleh karena itu, implikatur tidak didasarkan pada apa yang dikatakan, tetapi atas tindakan yang mengatakan hal itu.

Kelancaran komunikasi dalam kegiatan berbahasa tidak hanya ditentukan oleh unsur-unsur kebahasaan secara struktural. Akan tetapi, harus diperhatikan pula prinsip-prinsip penggunaan bahasa oleh penutur dan mitra tuturnya. Dengan memperhatikan prinsip-prinsip kerja sama dan kesantunan dalam penggunaan bahasa, maka maksud penutur yang ingin disampaikan akan mudah diterima oleh mitra tutur. Meskipun demikian, seorang penutur tidak selamanya mematuhi prinsip-prinsip penggunaan bahasa tersebut. Ada kalanya justru seorang penutur melakukan penyimpangan-penyimpangan terhadap prinsip-prinsip penggunaan bahasa. Penyimpangan ini menunjukkan adanya maksud-maksud tertentu yang ingin dicapai oleh penutur. 'Maksud-maksud tertentu' yang muncul dalam suatu tindak percakapan inilah yang dinamakan implikatur percakapan.

Wujud implikatur berupa tindak tutur yang terbagi atas: (1) implikatur representatif dengan wujud menyatakan, menuntut, mengakui, menunjukkan, menyebutkan, member kesaksian, melaporkan, dan sebagainya, (2) implikatur direktif dengan wujud memaksa, mengajak, meminta, menyuruh, memohon, menyarankan, mendesak, memberikan aba-aba, dan menantang, (3) implikatur ekspresif dengan wujud memuji, mengucapkan terima kasih, mengiritik, mengeluh, menyalahkan, mengucapkan selamat, dan menyanjung (4) implikatur komisif dengan wujud berjanji, bersumpah, mengancam, menyatakan kesanggupan, serta berkaul, dan (5) implikatur deklarasi dengan wujud memutuskan, membatalkan, melarang, mengabdikan, mengizinkan, mengangkat, menggolongkan, mengampuni, memaafkan (Rustono, 1999).

## **6. Penanda Implikatur**

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

Prinsip yang mengatur kerja sama antara penutur dan mitra tutur dalam sebuah komunikasi dinamakan prinsip kerja sama. Seorang membutuhkan prinsip kerja sama untuk lebih mudah menjelaskan antara makna dan daya (Leech, 2011:

120). Prinsip kerja sama Grice (dalam Rahandi, 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 kurang 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, 1975).

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 memberi kontribusi yang relevan tentang suatu hal yang diperbincangkan.

d. Maksim Pelaksana (*maxim manner*)

Dalam prinsip kerja sama 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/pernyataan. Maka tersebut dapat dikatakan melanggar maksim pelaksanaan.

## 7. Konteks

Pragmatik memandang konteks sebagai pengetahuan bersama antara pembicara dan pendengar dan pengetahuan tersebut mengarah pada interpretasi suatu tuturan. Pengetahuan atau konteks tertentu dapat mengakibatkan manusia mengidentifikasi jenis-jenis tindak tutur yang berbeda.

Bahasa selalu diungkapkan dalam konteks. Di dalam dunia bunyi dan makna, terdapat konteks yang mempengaruhi keserasian sistem suatu bahasa. Menurut Rustono (1999: 20), konteks adalah sesuatu yang menjadi sarana penjelas suatu maksud. Sarana itu meliputi dua macam, yang pertama berupa bagian ekspresi yang dapat mendukung kejelasan maksud dan yang kedua berupa situasi yang berhubungan dengan suatu kejadian. Konteks yang berupa bagian ekspresi yang dapat mendukung kejelasan maksud itu disebut ko-tekst (*co-tekst*). Sementara itu, konteks yang berupa situasi yang berhubungan dengan suatu kejadian lazim disebut konteks (*context*) saja.

Konteks adalah seperangkat asumsi yang dibangun secara psikologis oleh penutur dan pendengar sesuai dengan pengetahuannya tentang dunia. Konteks ini tidak hanya terbatas pada ujaran saat ini dan ujaran sebelumnya, tetapi menyangkut semua yang dapat terlibat dalam interpretasi, seperti harapan masa depan, hipotesis ilmiah, kepercayaan terhadap keagamaan, kenangan lucu, asumsi tentang kebudayaan (faktor sosial, norma sosial, dan sebagainya) dan kepercayaan

terhadap penutur atau sebaliknya (Sperber dan Wilson, 1998: 15). Konteks ini mempengaruhi interpretasi pendengar terhadap ujaran (wacana).

Mengutip Alwi (dalam Rustono 1999: 21) konteks terdiri atas unsur-unsur seperti situasi, pembicara, pendengar, waktu, tempat, adegan, topik, peristiwa, bentuk amanat, kode, dan sarana. Sementara itu, unsur konteks yang berupa sarana adalah wahana komunikasi yang dapat berwujud pembicaraan bersemuka atau melalui telepon, surat, dan televisi.

Dengan pijakan ilmu kebahasaan yang sudah ada, para ahli semakin lama semakin menyadari bahwa sebenarnya konteks tidak hanya terikat pada waktu, tempat, situasi, topik, partisipan, dan saluran percakapan saja, tetapi lebih meluas lagi dengan konteks-konteks yang jauh di luar pembicara dan pendengar yang terlibat dalam suatu komunikasi antarpersona. Mereka telah mulai menjelajahi bahasa secara lebih khusus dan mendalam ke dalam kehidupan manusia yang menggunakannya. Manusia menggunakan bahasa bersama dengan perkembangan sosial budaya; manusia menggunakan bahasa dalam politik, ekonomi, agama, pendidikan, sains dan teknologi. Maka konteks bahasa tidak lagi hanya konteks pembicara-pendengar pada tempat, waktu, situasi, dan saluran tertentu, tetapi telah meluas ke dalam segala segi kehidupan manusia.

Menurut Hymes (dalam Rustono, 1999: 21-22) di dalam peristiwa tutur ada sejumlah faktor yang menandai keberadaan peristiwa itu, yakni: 1) *setting* atau *scene* yaitu tempat dan suasana peristiwa tutur; 2) *participant*, yaitu penutur, mitra tutur, atau pihak lain; 3) *end* atau tujuan; 4) *act*, yaitu tindakan yang dilakukan penutur di dalam peristiwa tutur; 5) *key*, yaitu nada suara

dan ragam bahasa yang digunakan di dalam mengekspresikan tuturan dan ciri mengekspresikannya; 6) *instrument*, yaitu alat atau tulis, melalui telepon atau bersemuka; 7) *norm* atau norma, yaitu aturan permainan yang harus ditaati oleh setiap peserta tutur dan 8) *genre*, yaitu jenis kegiatan seperti wawancara, diskusi, kampanye, dan sebagainya. Konfigurasi fonem awal nama kedelapan faktor itu membentuk kata *speaking*. Selanjutnya ia mengemukakan bahwa ciri-ciri konteks itu mencakup delapan hal. Kedelapan ciri-ciri konteks yang relevan itu adalah penutur, mitra tutur, topik tuturan, waktu dan tempat bertutur, saluran atau media, kode (dialek atau gaya), amanat atau pesan, dan peristiwa atau kejadian.

a. Konteks sebagai Pengetahuan

Schiffirin (1994: 365), menjelaskan bahwa teori tindak tutur dan pragmatik memandang konteks dalam kaitannya dengan pengetahuan, apa yang dapat diasumsikan oleh para penutur dan para mitra tutur untuk mengetahui sesuatu misalnya, tentang lembaga-lembaga sosial, keinginan dan kebutuhan orang lain, sifat rasionalitas manusia, dan bagaimana pengetahuan itu dapat memberikan panduan dalam penggunaan bahasa dan interpretasi terhadap tuturan. Meskipun kaidah-kaidah tersebut menetapkan kondisi-kondisi tekstual maupun kontekstual yang mendasari penggunaan bahasa, namun tujuan utama teori tindak tutur adalah untuk karakterisasi pengetahuan kita tentang kaidah-kaidah tersebut. Artinya, pengetahuan yang abstrak tentang teks dan konteks akan memberikan panduan untuk mengidentifikasi berbagai tipe tindak tutur yang berbeda pada tingkat umum maupun dalam tingkat yang khusus.

Konteks bagi para ahli teori tindak tutur diartikan sebagai jenis khusus latar belakang pengetahuan yang disebut kaidah-kaidah konstitutif, yakni, pengetahuan tentang kondisi-kondisi yang diperlukan oleh penutur dan mitra tutur untuk memahami sebuah tuturan yang selalu dipandang sebagai sesuatu yang khusus namun berbeda dengan tuturan yang lain (Schiffrin, 1994: 367). Konteks adalah latar belakang pengetahuan yang sama-sama dimiliki oleh penutur dan mitra tutur yang memungkinkan mitra tutur untuk memperhitungkan implikasi (yang tersirat di dalam) tuturan untuk memaknai arti tuturan penutur. Hal ini didasari adanya prinsip kerja sama yang menunjukkan bahwa penutur dan mitra tutur sudah saling mengetahui. Untuk memahami keberadaan suatu tuturan, mitra tutur harus mencari data yang berupa makna konvensional kata-kata yang digunakan beserta referensinya, prinsip kerja sama dan maksim-maksimnya, konteks linguistik, hal-hal yang berkaitan dengan latar pengetahuan, dan kenyataan adanya kesamaan dari keempat macam bentuk partisipan sehingga keduanya dapat saling mengerti (Grice, 1975: 50).

b. Konteks sebagai Suatu Situasi Interaksi Sosial

Konteks di sini cenderung dimaksudkan sebagai sesuatu yang riil, bukan sebagai sesuatu yang ada dalam pikiran atau pengetahuan. Duranti (1997), menjelaskan bahwa bahasa dan konteks saling mendukung satu sama lain. Bahasa membutuhkan konteks dalam pemakaiannya. Begitu pun sebaliknya, konteks baru memiliki makna jika di dalamnya terdapat tindak bahasa sehingga bahasa tidak hanya berfungsi dalam interaksi-interaksi yang diciptakan, tetapi bahasa juga

membentuk dan menyediakan interaksi-interaksi yang sedang terjadi sebagai konteks.

Seorang pakar sociolinguistik, Cooley (dalam Schiffrin, 1994) berpandangan bahwa jika seseorang mendefinisikan situasi sebagai sesuatu yang riil, maka konsekuensinya situasi harus riil juga. Salah satu ciri utama pendekatan sociolinguistik interaksional adalah bahwa ia dapat memberikan susunan pandangan tentang interaksi sosial dan situasi sosial, termasuk di dalamnya kerangka kerja partisipasi yang dibangun dari interaksi yang situasional (Rusminto, 2009: 85). Oleh karena itu, konteks-konteks kognitif yang dibahas oleh para ahli sociolinguistik interaksional (Goffman, 1974). Tannen (dalam Goffman, 1974: 21) juga memiliki landasan sosial, pengetahuan tentang keadaan-keadaan sosial atau harapan-harapan tentang perbuatan sosial. Seperti yang dilakukan Goffman dalam salah satu penelitian sosiologisnya yang memfokuskan perhatian pada tatanan interaksi yang mendasari berbagai kesempatan sosial, situasi sosial, dan pertemuan sosial.

Ada dua peran penting konteks di dalam tindak tutur. Pertama, sebagai pengetahuan abstrak yang mendasari bentuk tindak tutur. Kedua, suatu bentuk lingkungan sosial di mana tuturan-tuturan dapat dihasilkan dan diinterpretasikan dalam realitas yang nyata (Schiffrin, 1994: 371). Pada sisi lain, Halliday dan Hasan (1992: 16-62) membagi konteks situasi menjadi tiga; yaitu (1) sebagai medan wacana, (2) sebagai pelibat wacana, dan (3) sebagai sarana wacana. Medan wacana menunjuk pada sesuatu yang sedang terjadi pada sifat (keformalan) tindakan sosial yang sedang berlangsung. Medan wacana menunjuk

kepada orang yang mengambil bagian dalam peristiwa tutur, sedangkan sarana tutur menunjuk kepada bagian yang diperankan oleh bahasa seperti, organisasi teks, kedudukan dan fungsi yang dimiliki, saluran yang digunakan, serta model retorikanya.

Oleh karena itu, bahasa hanya memiliki makna jika berada dalam suatu konteks situasi. Makna sebuah ujaran diinterpretasikan melalui sebuah ujaran dengan memperhatikan konteks, sebab konteks yang akan menentukan makna sebuah ujaran berdasarkan situasi. Artinya, konteks situasi sangat berpengaruh dalam berinteraksi. Pilihan bahasa seseorang dapat berubah dari ragam baku menjadi ragam tidak baku atau sebaliknya jika situasi yang melatarinya berubah. Perubahan bentuk bahasa yang digunakan dalam interaksi dipengaruhi oleh berubahnya konteks situasi akibat pengetahuan penutur akan keberadaan mitra tutur.

Berdasarkan uraian tersebut, peranan konteks sebagai situasi dan pengetahuan memiliki peran tertentu. Konteks sebagai situasi sangat berperan bagi penutur dan mitra tutur untuk memahami situasi sosial budaya sebagai pengetahuan sehingga karakteristik wujud tutur, prinsip penyampaian tutur, dan pemroduksian tutur mempunyai peranan dalam mengidentifikasi ekspresi tutur.

## **8. Iklan Layanan Masyarakat**

Iklan layanan masyarakat dirancang untuk beroperasi demi kepentingan masyarakat dan mempromosikan kesejahteraan masyarakat. Iklan-iklan ini diciptakan bebas biaya oleh para profesional periklanan dengan ruang dan waktu

iklan disediakan oleh media merupakan sumbangan suka rela (Lee & Johnson, 2011: 9).

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan kehidupan.

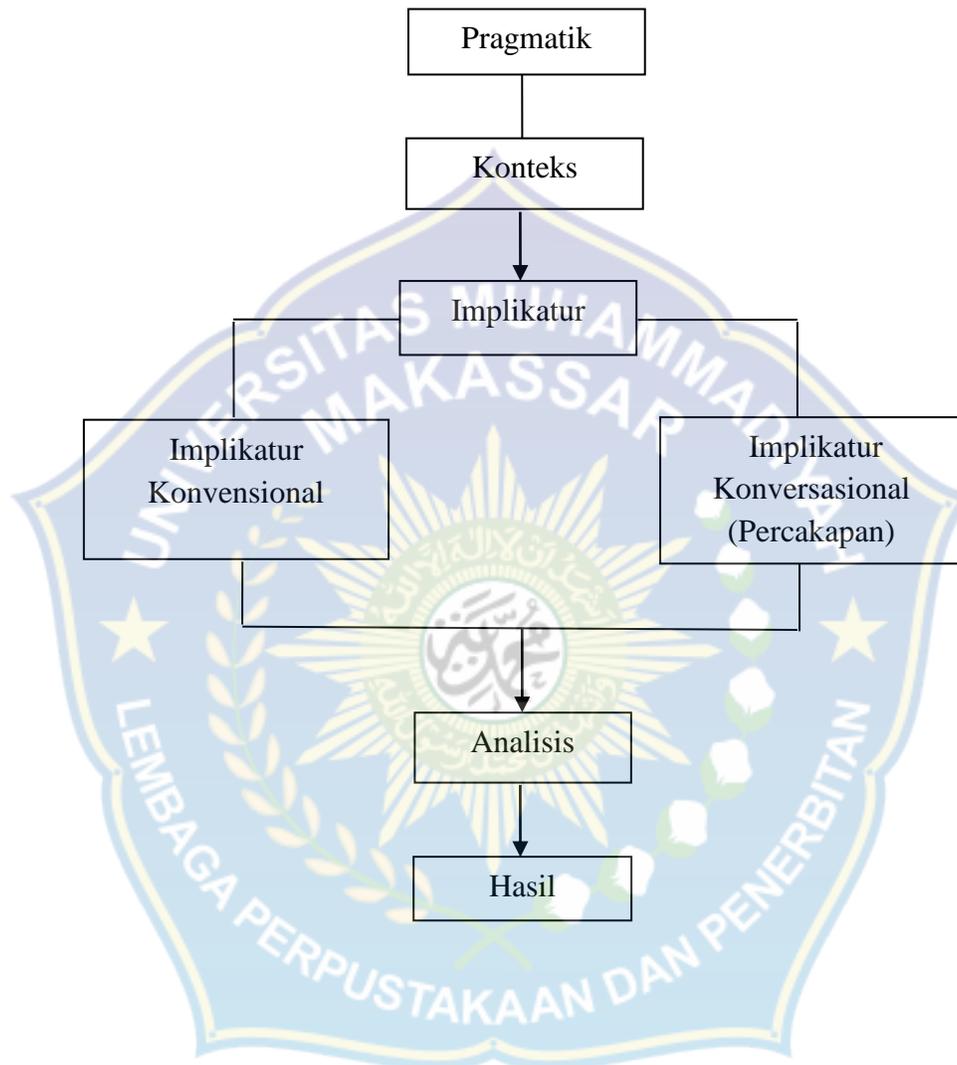
Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, pengumuman atau larangan dengan tujuan menghasilkan penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perilaku masyarakat. Iklan ini bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan untuk keuntungan sosial. Masyarakat diharapkan dapat mengalami perubahan perilaku setelah membaca iklan layanan masyarakat karena masyarakat akan dibangun pada keadaan yang lebih baik. Umumnya, materi pesan yang disampaikan dalam iklan layanan masyarakat informasi-informasi publik untuk menggugah khalayak melakukan suatu kebaikan yang sifatnya normatif (Pujiyanto, 2013: 8). Iklan layanan masyarakat memiliki enam tema, yakni tema larangan, peringatan, imbauan, sindiran, dan tema ilmiah.

## **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.

Sesuai dengan penjabaran tersebut landasan teori yang digunakan pada “Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar” yaitu Pragmatik. Pragmatik merupakan ilmu bahasa yang mempelajari relasi antara tanda, makna, dan konteks. Fokus kajian dari ilmu pragmatik adalah konteks yang melatar belakangi sebuah komunikasi. Salah satu alat komunikasi yang digunakan oleh masyarakat yaitu iklan atau periklanan. Bahasa digunakan dalam bentuk iklan yang bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak. Dalam iklan layanan masyarakat juga mengandung pesan yang ingin disampaikan penulis iklan kepada masyarakat, baik berupa pemberitahuan, ajakan, larangan, dan imbauan. Selain makna yang tersurat, iklan layanan masyarakat juga memiliki makna yang tersirat (implisit). Perlu pengkajian yang mendalam untuk mengetahui makna implisit iklan tersebut. Jadi, aspek yang akan dikaji hanyalah berfokus pada iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Adapun yang akan dikaji ialah implikatur dengan objek kajian yaitu “Penggunaan Implikatur Konvensional dan Implikatur Konversasional (percakapan) dalam Bahasa Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar.

### 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 yang tidak menggunakan 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 yang terdapat dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan mendeskripsikan penggunaan implikatur konvensional dan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar.

#### **C. Definisi Istilah**

Adapun definisi istilah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Pragmatik adalah ilmu bahasa yang mempelajari relasi antara tanda, makna, dan konteks.

2. Konteks adalah kondisi di mana suatu keadaan terjadi.
3. Implikatur adalah maksud, pengertian, atau keterlibatan.
4. Implikatur konvensional adalah makna suatu ujaran yang secara konvensional atau secara umum diterima oleh masyarakat.
5. Implikatur konversasional (percakapan) adalah maksud yang terkandung di dalam suatu ujaran, tetapi kurang atau tidak dinyatakan secara langsung.

#### **D. Data dan Sumber Data**

##### **1. Data**

Data merupakan segala keterangan mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kalimat yang mengandung makna implikatur konvensional dan implikatur konversasional (percakapan) di dalam suatu konteks pada kalimat tersebut.

##### **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh instansi kepolisian edisi 2019 yang terpajang pada jalanan protokol dan area publik di Kota Makassar.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah penggunaan implikatur konvensional dan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Penelitian dilakukan pada jalanan protokol dan area publik di Kota Makassar. Data yang digunakan adalah data iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh instansi kepolisian edisi 2019. Waktu penelitian tersebut dilaksanakan pada bulan Juni hingga Juli tahun 2019.

## F. 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. Peneliti juga dibantu dengan instrumen penunjang berupa perangkat keras seperti alat tulis, kamera, laptop, printer dan *flash disk*.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, dalam penelitian ini peneliti mencari dan melihat iklan layanan masyarakat di jalan-jalan protokol dan area publik di Kota Makassar. Ketika terdapat iklan layanan masyarakat di sekitar jalan, peneliti mengambil gambar dengan menggunakan kamera *handphone*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pustaka, teknik dokumentasi, simak, catat dan wawancara. Hal tersebut dilakukan karena objek dalam penelitian ini merupakan kalimat yang terdapat pada iklan layanan masyarakat. Teknik dokumentasi adalah teknik yang dilakukan dengan mengambil gambar iklan yang menggunakan *handphone* sebagai alatnya. Sedangkan teknik simak adalah suatu metode pemerolehan data yang dilakukan dengan cara menyimak suatu penggunaan bahasa. Pertama-tama peneliti mengambil gambar/foto iklan layanan masyarakat di sekitar jalan dengan menggunakan *handphone*, setelah pengambilan gambar selesai peneliti menyimak gambar iklan tersebut kemudian dilakukan teknik catat. Teknik catat yang dimaksud yaitu mencatat kata atau kalimat yang perlu dianalisis dalam iklan layanan masyarakat tersebut. Terakhir teknik wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan dari pihak tertentu.

## H. 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 ke dalam kategori-kategori tertentu. Data yang telah di kelompokkan oleh peneliti dicoba untuk dipahami secara utuh. Sehingga peneliti dapat menangkap permasalahan, dan dinamika yang terjadi. Setelah data terkelompokkan, kemudian peneliti memberi uraian terperinci dari kasus yang diteliti.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, pada bab ini peneliti mendeskripsikan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan data yang diperoleh beserta pembahasannya tentang implikatur bahasa pada iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Peneliti akan menguraikan secara sistematis dan konkret sesuai 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 Layanan Masyarakat di Kota Makassar, dapat ditemukan beberapa hal mengenai implikatur dalam iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Fokus penelitian ini disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah ditemukan. Oleh karena itu, analisis mengenai implikatur akan dibahas dan lebih difokuskan pada 1) penggunaan implikatur konvensional dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar, dan 2) penggunaan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Dalam penelitian ini, iklan layanan masyarakat memiliki lima tema, yakni tema larangan, tema imbauan, tema peringatan, tema ajakan dan tema sindiran.

1. Tema larangan adalah sebagai berikut:

Tema/Data	: 01/01
Tuturan	: <i>Stop! Pelanggaran, Kecelakaan</i>  <i>Keselamatan untuk Kemanusiaan.</i>
<b>Konteks</b>	: Padatnya kendaraan di Kota Makassar sangat rentang terjadinya kecelakaan. Banyak pengendara yang melakukan pelanggaran lalu lintas sehingga menyebabkan terjadinya kecelakaan di jalan raya.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna jangan melakukan pelanggaran ketika berkendara. Larangan pengendara untuk tidak melakukan pelanggaran ketika berkendara karena dapat menyebabkan kecelakaan. Hal ini ditandai dengan kata *stop* yang berarti *setop* dengan makna berhenti. Selain itu, terdapat frasa *stop pelanggaran, stop kecelakaan* yang bermakna jangan melakukan pelanggaran dan jangan kecelakaan. Pada kalimat *keselamatan untuk kemanusiaan* bermakna keadaan selamat menggambarkan sifat-sifat manusia. Jika manusia memperhatikan keselamatannya dengan tidak melanggar aturan lalu lintas, manusia itu sendiri telah menyelamatkan manusia lainnya.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna jika melakukan pelanggaran lalu lintas ketika berkendara, maka risiko kecelakaan sangat besar terjadi. Dengan demikian, implikasinya adalah mengimbau/mengajak masyarakat

pengguna jalan agar tertib berlalu lintas untuk mencegah terjadinya kecelakaan di jalan raya. Salah satunya dengan bijak mematuhi peraturan berlalu lintas yang diterapkan oleh pihak Satuan Lalu Lintas (Satlantas).

Tema/Data	: 01/02
Tuturan	: <i>Wujudkan cita-citamu tanpa narkoba</i>  <i>Stop Narkoba</i>
<b>Konteks</b>	: Narkoba merupakan obat berbahaya yang dapat menyebabkan kecanduan dan kematian bagi penggunanya. Narkoba banyak diperjual belikan diberbagai kalangan terutama pada kalangan remaja. Berawal dari coba-coba, banyak orang justru kesulitan keluar dari jerat narkoba. Sehingga narkoba bisa merusak masa depan generasi bangsa bila tidak diatasi atau dihentikan.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna jangan menggunakan atau mengonsumsi narkoba. Larangan menggunakan narkoba karena dapat merusak jiwa bagi penggunanya serta menghambat masa depan dan cita-cita. Hal ini ditandai dengan kata *stop* yang berarti setop dengan makna berhenti. Pada kalimat *wujudkan cita-citamu tanpa narkoba* bermakna menyarankan agar dapat meraih impian dengan tidak menggunakan narkoba, karena tanpa narkoba masa depan akan baik pula. Selain itu, terdapat frasa *stop narkoba* yang bermakna berhenti menggunakan narkoba.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna jika menggunakan

narkoba, maka risiko kecanduan atau ketergantungan sangat besar bagi penggunanya. Bila sudah kecanduan narkoba akan kesulitan keluar dari jeratnya sehingga masa depan pun akan suram. Dengan demikian, implikasinya adalah mengimbau kepada generasi penerus bangsa agar menjadi generasi yang anti narkoba.

Tema/Data	: 01/03
Tuturan	: <i>Stop hoax</i>  <i>Pidana menanti penyebar hoax</i>
<b>Konteks</b>	: Penyebar hoaks makin merajalela di sekitar masyarakat. Hoaks merupakan berita bohong yang dibuat seolah-olah benar adanya. Sehingga bagi yang membaca atau mendengarnya dapat tertipu oleh berita tersebut.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna hentikan berita palsu. Larangan bagi penyebar berita palsu atau bohong karena dapat menyebabkan seseorang terjerak kasus pidana. Hal ini ditandai dengan kata *stop* yang berarti setop dengan makna berhenti. Frasa *stop hoax* yang bermakna berhenti menyebar berita bohong. Kata *stop*, meski menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI V) tidak baku, sebab yang baku adalah setop. Selain itu, kata *hoax* yang berarti berita palsu. Kata *hoax*, meski menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI V) tidak baku, sebab yang baku adalah hoaks. Demi keefektifan slogan tersebut pihak yang bersangkutan menulis kedua kata tersebut, karena kata tersebut lebih terkenal dalam masyarakat ketimbang setop dan hoaks. Pada kalimat *pidana menanti penyebar hoax* yang

bermakna mengingatkan bahwa yang menyebar berita bohong akan diberi sanksi pidana.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna agar pembuat atau penyebar hoaks untuk berhenti melakukan penyebaran berita bohong yang dapat menyebabkan keonaran di kalangan rakyat. Dengan demikian, implikasinya adalah mengingatkan bahwa yang membuat ataupun yang menyebar bisa dijerat pasal berlapis tentang peraturan hukum pidana sebab membuat keonaran di kalangan rakyat.

Tema/Data	: 01/04
Tuturan	: <i>Stop!!!</i> <i>Menggunakan Handphone Saat Berkendara</i> <i>Berisiko 4x lebih besar mengakibatkan kecelakaan.</i>
<b>Konteks</b>	: Maraknya penggunaan telepon seluler yang tidak menyesuaikan situasi bila menggunakan telepon. Kebanyakan dari mereka menggunakan telepon saat berkendara seperti mengangkat telepon, chattingan dsb. Hal itu menyebabkan pengendara tidak berkonsentrasi dalam berkendara.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna jangan menggunakan telepon seluler ketika berkendara. Larangan pengendara menggunakan telepon seluler ketika berkendara karena dapat menyebabkan kecelakaan lalu lintas. Hal ini ditandai dengan kata *stop* yang berarti setop dengan makna berhenti. Selain itu, terdapat kalimat

*berisiko 4x lebih besar mengakibatkan kecelakaan* bermakna mengingatkan bahwa risiko kecelakaan sangat besar terjadi.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna jika menggunakan telepon seluler ketika berkendara, maka risiko kecelakaan sangat besar terjadi. Dengan demikian, implikasinya adalah mengajak masyarakat agar tertib berlalu lintas untuk mencegah terjadinya kecelakaan di jalan raya. Salah satunya dengan bijak dalam menggunakan telepon seluler. Maraknya penggunaan telepon pintar menjadi salah satu penyebab hilangnya konsentrasi dalam berkendara, sehingga angka kecelakaan semakin meningkat.

<b>Tema/Data</b>	: 01/05
<b>Tuturan</b>	: <i>Jangan Terobos Lampu Merah</i> <i>Membahayakan Nyawa Orang Lain</i>
<b>Konteks</b>	: Kondisi di jalan raya Kota Makassar sering terjadi penerobosan lampu merah oleh pengendara. Salah satu alasan pengendara adalah agar tiba tepat waktu di tempat tujuan. Lampu merah merupakan penanda bagi pengendara untuk tidak saling menerobos jalan sehingga pengendara selamat dari tabrakan.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna larangan menembus/melewati lampu merah ketika menyala sebab akan mengancam keselamatan orang lain. Hal ini ditandai dengan kata *jangan* merupakan kata yang menyatakan melarang yang berarti

tidak boleh dalam KBBI V. Pada kalimat *jangan terobos lampu merah* bermakna agar pengendara berhenti saat lampu lalu lintas menyala merah di persimpangan jalan demi keselamatan bersama pengendara lainnya. Selain itu, terdapat kalimat *membahayakan nyawa orang lain* bermakna mengancam keselamatan orang lain selain diri sendiri.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna agar pengendara tertib berlalu lintas dengan tidak menembus lampu merah ketika menyala demi keselamatan bersama pengendara lainnya. Dengan demikian, implikasinya adalah mengingatkan agar tertip berlalu lintas dengan tidak menerobos lampu merah demi keselamatan berkendara sehingga menciptakan ketertiban di jalan raya. Selain itu, dengan tidak menerobos lampu merah memberi peluang pula kepada pejalang kaki untuk menyeberang jalan dengan selamat.

Tema/Data : 01/06

Tuturan : *Stop Narkoba*

**Konteks** : Maraknya penggunaan narkoba yang diberitakan di kalangan selebritis, masyarakat, maupun kalangan remaja. Kebanyakan dari mereka beralasan menggunakan barang haram tersebut hanya sekedar coba-coba karena penasaran. Selain itu, ada juga menggunakan untuk menambah stamina sebagai pengganti vitamin, dan untuk pelarian dari berbagai masalah dan kecemasan. Terlebih lagi yang terjerumus memakai barang nakotika karena pergaulan bebas.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna jangan menggunakan narkoba. Larangan menggunakan narkoba karena dapat merusak jiwa dan kematian bagi penggunanya. Hal ini ditandai dengan kata *stop* yang berarti setop dengan makna berhenti. Frasa *stop narkoba* yang bermakna berhenti menggunakan narkoba.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna jika menggunakan narkoba, maka risiko kecanduan atau ketergantungan sangat besar bagi penggunanya. Bila sudah kecanduan narkoba akan kesulitan keluar dari jeratnya. Jika seperti itu maka akan ditindak lanjut ke jalur hukum sehingga masa depan pun akan suram. Dengan demikian, implikasinya adalah melarang masyarakat memperjual belikan narkoba sebab narkoba akan merusak segalanya.

Tema/Data : 01/07

Tuturan : *Stop*

*Korupsi dan Pungli*

**Konteks** : Di Indonesia marak terjadi korupsi dan pungutan liar yang dilakukan oleh para pejabat atau aparat demi kepentingan mereka dengan merugikan orang lain.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna jangan melakukan korupsi dan pungutan liar merupakan larangan. Hal ini ditandai dengan kata *stop* yang berarti setop dengan

makna berhenti. Frasa *Korupsi dan Pungli* merupakan sesuatu yang ilegal dan digolongkan sebagai KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme).

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna jika melakukan sesuatu yang ilegal seperti korupsi dan pungli (pungutan liar), maka risiko terpidana sangat besar terjadi. Selain itu, tindakan korupsi dan pungli dapat merugikan orang lain. Dengan demikian, implikasinya adalah melarang untuk melakukan korupsi dan pungutan liar karena merupakan sesuatu yang ilegal.

2. Tema imbauan adalah sebagai berikut:

Tema/Data	: 02/01
Tuturan	: <i>Lindungi Anak dari Tindak Kekerasan</i>
<b>Konteks</b>	: Sebagian orang tua masih sering melakukan kekerasan pada anak. Sebab anak sering melakukan kesalahan yang tidak disukai oleh orang tua. Terkadang orang tua jika sedang ada masalah sehingga anak jadi pelampiasan dari masalah yang dialaminya dengan menyakitinya. Anak merupakan generasi penerus bangsa, dengan demikian dibutuhkan anak dengan kualitas yang baik sehingga harus dipastikan bahwa tumbuh dan kembangnya juga baik.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna imbauan bagi para orang tua agar melindungi anak dari tidak kekerasan. Pada kalimat *lindungi anak dari tindak kekerasan* bermakna meminta para orang tua agar anak terlindungi atau terhindar dari

tidak kekerasan. Kata pertama adalah *lindungi* merupakan frasa yang mengandung makna meminta/memerintah.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna meminta/memerintah seseorang untuk melakukan sesuatu yaitu agar orang tua tidak melakukan kekerasan pada anak. Anak patut dilindungi dan disayangi karena anak merupakan generasi penerus bangsa. Dengan demikian, dibutuhkan anak dengan kualitas yang baik agar tercapai masa depan bangsa yang baik. Untuk mendapatkan kualitas anak yang baik harus dipastikan bahwa tumbuh dan kembangnya juga baik. Dengan demikian, implikasinya adalah meminta/memerintah para orang tua agar tidak melakukan kekerasan pada anak demi terciptanya generasi bangsa yang berkualitas bagi nusa dan bangsa.

**Tema/Data** : 02/02

**Tuturan** : *Gunakanlah Helm SNI  
Demi Keselamatan*

**Konteks** : Saat ini sebagian pengendara kendaraan bermotor menggunakan helm bukan SNI. Mengapa demikian, karena hingga kini sebagian kecil orang kurang mengetahui kualitas helm SNI. Masyarakat itu tahunya helm bukan SNI lebih murah. Sisanya mereka tidak peduli terhadap keselamatan dirinya ketika mengendarai motor dengan menggunakan helm sembarangan.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna imbauan untuk menggunakan helm SNI

ketika berkendara bagi pengendara motor. Frasa *gunakanlah helm SNI* bermakna mengimbau atau mengajak untuk menggunakan helm SNI ketika berkendara. Selain itu, terdapat frasa *demi keselamatan* bermakna mengingatkan bahwa keselamatan itu penting ketika berkendara.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna meminta/memerintah para pengendara motor untuk memakai helm SNI demi keselamatan ketika terjadi kecelakaan. Dengan demikian, implikasinya adalah mengimbau para pengendara motor untuk menggunakan helm SNI agar dapat mengurangi cedera ketika terjadi kecelakaan.

Tema/Data : 02/03

Tuturan : LAWAN HOAX

BACA = Informasi secara utuh

Lihat lebih detail & teliti isinya

TANYAKAN = Kepada penyebar informasi

Konfirmasi dari mana asal informasi

CEK = Sumber informasi

Apakah dari media yang kredibel

PASTIKAN = Melalui search engine

Apakah ada informasi yang sama

**Konteks** : Hoaks makin merajalela di sekitar masyarakat terutama bagi pengguna media sosial. Hoaks atau berita palsu digunakan untuk mengakali pembaca atau pendengar dengan mempercayai berita tersebut. Masyarakat yang membaca berita terkadang keliru dalam memahami kebenaran berita yang ia terima.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna imbauan agar masyarakat menentang atau tidak langsung mempercayai berita yang mereka terima. Masyarakat diimbau untuk mencari tahu terlebih dahulu kebenaran informasi yang mereka baca atau terima sebelum dibagikan ke orang lain. Frasa *lawan hoax* bermakna imbauan untuk menentang berita hoaks. Kata pertama *lawan* yang memiliki arti menentang, menghadapi, bersaing, dan melayani serta mencegah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI V). Selain itu, kata kedua *hoax* yang berarti berita palsu. Kata *hoax*, meski menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI V) tidak baku, sebab yang baku adalah hoaks. Demi keefektifan slogan tersebut pihak yang bersangkutan menulis kata *hoax*, karena kata *hoax* lebih dikenal dalam masyarakat ketimbang hoaks. Selanjutnya ada kata *baca* yang berarti eja (huruf, tulisan, dsb) dalam KBBI V. *Tanyakan* yang berarti tanya bermakna permintaan keterangan dalam KBBI V. *Cek* bermakna memerintah untuk mencari tahu. *Pastikan* bermakna mengingatkan mengenai sesuatu.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna mengingatkan masyarakat agar tidak mudah mempercayai berita yang ia baca atau yang ia dengar sebelum memastika kebenarannya terlebih dahulu. Dengan demikian, implikasinya adalah memberitahukan kepada masyarakat agar tidak langsung mempercayai informasi yang ia baca sebelum memastikan terlebih dahulu kebenarannya.

Tema/ Data	: 02/04
Tuturan	: <i>Menuju Indonesia Tertib</i>  <i>Bersatu Keselamatan No.1</i>
<b>Konteks</b>	: Sebagian masyarakat Indonesia tidak mengindahkan tata tertib lalu lintas. Seperti halnya pada saat berkendara masih ada saja yang melanggar peraturan lalu lintas. Mereka tidak menyadari jika melanggar lalu lintas akan membahayakan keselamatan dirinya dan orang lain. Semakin banyak yang tidak tertib berlalu lintas semakin tinggi pula angka terjadinya kecelakaan di jalan raya.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna bahwa Indonesia adalah Negara yang akan tertib terhadap peraturan yang berlaku. Frasa *menuju indonesia tertib* bermakna Indonesia menuju arah Negara yang tertib. Selain itu, frasa *bersatu keselamatan no. 1* bermakna agar menyepakati penanda lalu lintas demi keselamatan bersama sebab keselamatan hal yang utama.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna mengajak masyarakat indonesia untuk tertib berlalu lintas demi keselamatan berkendara sehingga menciptakan ketertiban di jalan raya. Dengan demikian, implikasinya adalah mengimbau/mengajak untuk tertib berlalu lintas agar Indonesia merupakan Negara yang tertib pada peraturan yang berlaku.

Tema/Data	: 02/05
Tuturan	: <i>Periksa Kondisi Kendaraan dan Lengkapilah Surat-Surat Kendaraan Saat Hendak Bepergian.</i>
<b>Konteks</b>	: Pada saat pihak satuan lalu lintas melakukan razia atau pemeriksaan kendaraan. Para pengendara baik motor maupun mobil di sepanjang jalan, masih ada yang melanggar dengan tidak membawa surat-surat resmi kendaraan saat bepergian. Terkadang ada yang melawan pihak kepolisian apabila kendaraannya ditahan karena alasan lupa membawa surat kendaraan seperti STNK dan SIM.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna imbauan atau permintaan pihak satlantas agar pengendara memperhatikan persyaratan kendaraan terlebih dahulu sebelum bepergian. Frasa *periksa kondisi kendaraan* maksudnya perhatikan dengan teliti keadaan kendaraan dan *lengkapilah surat-surat kendaraan saat hendak bepergian* merupakan imbauan yang berbentuk perintah agar melengkapi persyaratan kendaraan yaitu surat kendaraan resmi yang dikeluarkan oleh pihak kepolisian jika hendak bepergian.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna bahwa dalam berkendara bukan hanya mematuhi rambu lalu lintas yang ada, tetapi juga surat-surat kendaraan, berupa Surat Tanda Motor Nomor Kendaraan (STNK) dan Surat Izin Mengemudi (SIM) harus dilengkapi. Dengan demikian, implikasinya adalah

mengingatkan para pengendara jika bepergian membawa surat resmi kendaraan agar mudah dikenali saat terjadi hal yang tidak diinginkan di jalan raya. Dan juga untuk meminimalisir aksi pencurian kendaraan, baik motor maupun mobil.

3. Tema peringatan adalah sebagai berikut:

Tema/Data	: 03/01
Tuturan	: <i>Melanggar Batas Kecepatan Maksimal</i> <i>Tanda Datangnya Maut!!!</i>
<b>Konteks</b>	: Pelanggaran batas kecepatan maksimal sering terjadi di jalan raya. Kurang lebih sepertiga korban kecelakaan yang meninggal karena pelanggaran kecepatan, sehingga sangat perlu pembatas kecepatan guna untuk mengendalikan jumlah korban yang meninggal akibat kecelakaan lalu lintas.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna mengingatkan kepada pengendara bila terjadi pelanggaran terhadap batas kecepatan maksimal berarti petunjuk akan kematian. Pada kalimat *melanggar batas kecepatan maksimal* bermakna pernyataan bila melanggar/melewati ketentuan yang tidak boleh dilampaui seperti kecepatan maksimal yang merupakan pembatas kecepatan pengendara. Selain itu, frasa *tanda datangnya maut!!!* bermakna petunjuk akan terjadinya kematian.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna jika melakukan

pelanggaran batas kecepatan ketika berkendara, maka risiko kecelakaan sangat besar terjadi. Pada umumnya rambu batas kecepatan yang umum digunakan di dunia adalah 60 kilometer per jam. Pembatasan kecepatan adalah suatu ketentuan untuk membatasi kecepatan lalu lintas dalam rangka menurunkan angka kecelakaan lalu lintas. Kondisi lalu lintas Kota Makassar yang padat sangat perlu untuk membatasi kecepatan karena alasan keramaian di sekitar sekolah, banyak kegiatan di sekitar jalan, penghemat energi ataupun karena alasan geometrik jalan. Dengan demikian, implikasinya adalah melarang pengendara untuk tidak melakukan pelanggaran yaitu dengan tidak melewati ketentuan kecepatan maksimal saat berkendara.

<b>Tema/Data</b>	: 03/02
<b>Tuturan</b>	: <i>Patuhi</i> <i>Markah jalan dan rambu-rambu lalu lintas</i>
<b>Konteks</b>	: Sebagian pengendara yang ada di Kota Makassar sudah mematuhi rambu-rambu lalu lintas dan selebihnya belum. Sehingga perlu ditegaskan lagi agar pengendara patuh pada penanda dan peraturan lalu lintas.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna agar pengendara dapat mematuhi rambu-rambu atau aturan lalu lintas untuk ditaati bersama. Frasa *patuhi* bermakna meminta/memerintah seseorang untuk melakukan sesuatu. Selain itu, terdapat kalimat *markah jalan dan rambu-rambu lalu lintas* bermakna penanda jalan dan aturan berlalu lintas.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna agar para pengendara tertib mematuhi aturan lalu lintas di jalan raya. Dengan demikian, implikasinya adalah mengajak untuk tertib berlalu lintas di jalan raya dengan tidak melanggar.

4. Tema ajakan adalah sebagai berikut:

Tema/Data	: 04/01
Tuturan	: <i>Ayo bersepeda...!!!</i> <i>Sehat, aman, dan murah.</i>
<b>Konteks</b>	: Masyarakat di Kota Makassar lebih memilih menggunakan kendaraan sepeda motor dan mobil ketimbang sepeda. Hal ini di karenakan masyarakat berpikir bila menggunakan motor ataupun mobil mereka tidak akan lelah dan cepat sampai tujuan. Sedangkan bila menggunakan sepeda akan menguras tenaga dan waktu. Jika seperti ini jalan pikiran masyarakat maka Kota Makassar akan tercemar dari volusi udara dan kesehatan akan terganggu. Mereka tidak berpikir manfaatnya bila bersepeda.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna ajakan untuk hidup lebih sehat dan aman ketika bersepeda. Hal ini ditandai dengan kata *ayo* yang bermakna mengajak atau memberikan dorongan (KBBI V). Frasa *ayo bersepeda!!!* bermakna ajakan untuk menggunakan sepeda jika hendak bepergian. Selain itu, kata *sehat, aman, dan murah* bermakna dengan bersepeda hidup lebih sehat, aman dari volusi udara yang tercemar dan harganya juga terjangkau.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna mengimbau/mengajak masyarakat agar mau bersepeda guna untuk mengurangi kemacetan, pencemaran lingkungan dan udara yang menyebabkan kesehatan terganggu. Dengan demikian, implikasinya adalah mengimbau bahwa dengan bersepeda hidup terasa lebih sehat karena kesehatan dan keselamatan hal yang utama.

Tema/Data	:04/02
Tuturan	: <i>Patuhilah</i> <i>Rambu-rambu lalu lintas dan Markah jalan</i> <i>Agar selamat sampai tujuan</i>
<b>Konteks</b>	: Sebagian pengendara yang ada di Kota Makassar sudah mematuhi rambu-rambu lalu lintas dan selebihnya belum. Mereka yang mengendarai kendaraan baik sepeda motor maupun mobil masih kurang memikirkan keselamatan dirinya. Mereka yang tidak mematuhi aturan berlalu lintas hanya memikirkan bagaimana dirinya dapat sampai dengan cepat di tempat tujuan. Mereka tidak memikirkan keselamatan dirinya dan orang-orang di sekitarnya.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna agar pengendara hendak mematuhi rambu-rambu atau aturan lalu lintas untuk ditaati bersama. Dengan begitu, para pengendara dapat selamat sampai tujuannya. Frasa *patuhilah* bermakna ajakan untuk mematuhi aturan lalu lintas. Pada kalimat *rambu-rambu lalu lintas dan markah jalan* bermakna penanda-penanda lalu lintas yang terdapat di jalan raya. Selain itu, pada

kalimat *agar selamat sampai tujuan* bermakna bila tertib berlalu lintas akan selamat dari kecelakaan dan sampai di tujuan.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna agar para pengendara tertib mematuhi aturan berlalu lintas di jalan raya. Sehingga sangat besar harapan bagi para pengendara untuk selamat sampai tujuannya. Dengan demikian, implikasinya adalah mengajak pengendara untuk tertib berlalu lintas demi keselamatan katika berkendara sehingga menciptakan ketertiban di jalan raya.

<b>Tema/Data</b>	: 04/03
<b>Tuturan</b>	: <i>Mariki Tertib Berlalu Lintas Demi Keselamatan Kita Bersama</i> <i>Stop Pelanggaran Stop Kecelakaan</i> <i>Keselamatan untuk Kemanusiaan</i>
<b>Konteks</b>	:Sebagian masyarakat di Kota Makassar terutama bagi pengendara pengguna jalan raya sudah mematuhi rambu-rambu lalu lintas dan selebihnya belum. Mereka yang mengendarai kendaraan baik sepeda motor maupun mobil masih kurang memikirkan keselamatan dirinya dan bahkan dapat membahayakan orang lain.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna ajakan agar pengendara tertib berlalu lintas yaitu dengan mematuhi penanda-penanda lalu lintas atau aturan lalu lintas untuk ditaati bersama. Pada kalimat *mariki tertib berlalu lintas* bermakna mengajak agar tertib mematuhi lalu lintas dan *demi keselamatan kita bersama* bermakna untuk

mewujudkan keselamatan bersama. Terdapat frasa *stop pelanggaran stop kecelakaan* yang bermakna jangan melakukan pelanggaran dan jangan kecelakaan. Selain itu, terdapat frasa *keselamatan untuk kemanusiaan* bermakna keadaan selamat menggambarkan sifat-sifat manusia.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna agar pengendara mematuhi peraturan lalu lintas agar tidak terjadi kecelakaan dengan tidak melanggar, sehingga selamat dari kecelakaan yang menunjukkan sifat-sifat manusia bila memperhatikan keselamatan diri dan sekitarnya. Dengan demikian, implikasinya adalah melarang agar tidak melanggar sebab peraturan lalu lintas untuk ditaati bersama.

Tema/Data : 04/04

Tuturan : *Ayo selalu gunakan helm SNI*

**Konteks** : Sebagian pengendara sepeda motor di Kota Makassar menggunakan helm SNI dan selebihnya belum. Bukan hanya pengemudi kendaraan tetapi juga penumpang sepeda motor wajib menggunakan helm SNI untuk keselamatan bersama.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna ajakan bagi pengemudi kendaraan dan penumpang sepeda motor untuk senantiasa memakai helm SNI. Hal ini ditandai dengan kata *ayo* yang bermakna mengajak atau memberikan dorongan (KBBI V).

Dan *selalu gunakan helm SNI* bermakna meminta/memerintah para pengendara dan penumpang sepeda motor agar terus-menerus memakai helm SNI saat bepergian.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna jika tidak menggunakan helm SNI, maka risiko cedera pada kepala jika terjadi kecelakaan sangat besar. Dengan demikian, implikasinya adalah mengimbau pengguna roda dua agar selalu menggunakan helm SNI untuk melindungi kepala ketika terjadi kecelakaan.

5. Tema sindiran adalah sebagai berikut:

Tema/Data	: 05/01
Tuturan	: <i>Markah jalan bukan lukisan</i> <i>Patuhilah untuk keselamatan Anda</i> <i>Menuju Indonesia Tertib</i> <i>Bersatu keselamatan no. 1</i>
<b>Konteks</b>	: Kondisi lalu lintas di Kota Makassar yang padat sangat membutuhkan markah jalan sebagai petunjuk bagi masyarakat agar tertib berlalu lintas. Akan tetapi, tidak semua pengendara memperhatikan atau mematuhi markah jalan tersebut.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna penanda lalu lintas jalanan bukan gambar hiasan, namun harus dipatuhi demi keselamatan menuju Indonesia tertib. Hal ini

ditandai dengan kalimat *markah jalan bukan lukisan* bermakna petunjuk bahwa penanda lalu lintas jalanan bukan gambar hiasan. Frasa *patuhilah* bermakna ajakan untuk mematuhi aturan lalu lintas. Frasa *menuju Indonesia tertib* bermakna Indonesia menuju arah Negara yang tertib. Frasa *bersatu keselamatan no. 1* bermakna agar menyepakati penanda lalu lintas demi keselamatan bersama sebab keselamatan hal yang utama. Sehingga dengan frasa-frasa tersebut masyarakat sudah dapat memahami maksud dari kata yang terdapat pada iklan secara umum. Implikasi yang muncul adalah penanda lalu lintas jalanan bukan gambar hiasan, namun harus dipatuhi demi keselamatan menuju Indonesia tertib.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna sindiran kepada pengguna jalan karena masih banyak pengendara yang menganggap markah jalan hanyalah hiasan yang cukup dilihat. Namun, tujuan pemasangan iklan agar dapat tertib berlalu lintas dengan adanya penanda lalu lintas yang terdapat di jalan raya. Kalimat *markah jalan bukan lukisan* bermakna sindiran kepada masyarakat yang tidak memperdulikan penanda jalan yang berfungsi sebagai petunjuk dalam berlalu lintas sehingga markah jalan tersebut seakan hanya sebagai lukisan yang terpajang. Kondisi lalu lintas Kota Makassar yang padat sangat membutuhkan markah jalan sebagai petunjuk bagi masyarakat agar tertib berlalu lintas. Dengan demikian, implikasinya adalah menyindir pengguna jalan yang berlalu lintas agar memperhatikan penanda jalan untuk keselamatan ketika berkendara demi menciptakan ketertiban di jalan raya.

Tema/Data	: 05/02
Tuturan	: <i>Gunakan Helm SNI</i>  <i>Bagi Pengendara Kendaraan Bermotor, Jangan Keras Kepala....</i>  <i>Sayangilah Kepala Anda!!</i>
<b>Konteks</b>	: Saat ini pengendara kendaraan bermotor ada yang menggunakan helm SNI dan helm bukan SNI. Mengapa demikian, karena hingga kini sebagian besar orang belum mengetahui bedanya helm tanpa SNI dan helm dengan SNI. Masyarakat itu tahunya helm tanpa SNI lebih murah. Sisanya mereka tidak peduli terhadap keselamatan dirinya ketika mengendarai motor dan menggunakan helm sembarangan.

Penggunaan implikatur konvensional pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan, iklan ini bermakna imbauan agar menggunakan helm SNI ketika berkendara bagi pengendara motor. Frasa *gunakan helm SNI* bermakna mengimbau atau mengajak untuk menggunakan helm SNI ketika berkendara. Selain itu, pada kalimat *bagi pengendara kendaraan bermotor, jangan keras kepala* bermakna imbauan penegasan bagi pengendara motor untuk tetap menggunakan helm SNI. Selain itu frasa *sayangilah kepala Anda* bermakna imbauan atau perintah untuk memakai helm yang disarankan oleh pihak kepolisian.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) pada iklan tersebut sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual, iklan ini memberikan peringatan kepada masyarakat pengguna kendaraan roda dua untuk taat peraturan lalu lintas, yakni menggunakan helm SNI demi keselamatan. Pada kalimat *bagi pengendara*

*kendaraan bermotor, jangan keras kepala* memberikan makna kontekstual berupa sindiran bahwa selama ini sebagian pengguna kendaraan bermotor belum sepenuhnya mengikuti aturan dalam berkendara. Penggunaan helm dengan label SNI jelas lebih terjamin kualitas dan mutunya dibandingkan dengan helm tanpa SNI. Pasalnya, helm SNI telah melewati serangkaian uji oleh Badan Standardisasi Nasional. Untuk mengurangi risiko kecelakaan bagi pengendara sepeda motor, pemerintah memberlakukan wajib helm Standar Nasional Indonesia (SNI). Sebab dengan adanya iklan layanan masyarakat ini mengajarkan kepada pengendara akan pentingnya menyayangi kepala. Dengan demikian, implikasinya adalah menyindir para pengendara motor untuk selalu menggunakan helm SNI agar dapat mengurangi cedera pada kepala ketika terjadi kecelakaan.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ditemukan bahwa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar memiliki lima tema, yakni tema larangan, tema imbauan, tema peringatan, tema ajakan, dan tema sindiran. Hasil penelitian dibahas berdasarkan masalah yang dirumuskan, yaitu 1) penggunaan implikatur konvensional dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar, dan 2) penggunaan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar.

### **1. Penggunaan Implikatur Konvensional dalam Bahasa Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar**

Implikatur konvensional merupakan makna suatu ujaran yang secara konvensional atau secara umum diterima oleh masyarakat. Zamzani (dalam

Tiara, 2015:10) menyatakan implikatur konvensional adalah implikatur yang langsung diperoleh dari kata-kata dan kaidah gramatikal. Implikatur konvensional yaitu implikatur yang ditentukan oleh “arti konvensional kata-kata yang dipakai”. Maksudnya adalah pengertian yang bersifat umum, semua orang umumnya sudah mengetahui tentang maksud atau pengertian sesuatu hal tertentu. Implikatur konvensional bersifat *nontemporer*. Artinya, makna atau pengertian tentang sesuatu bersifat lebih tahan lama. Suatu leksem, yang terdapat dalam suatu bentuk ujaran, dapat dikenali implikasinya kerana maknanya “yang tahan lama” dan sudah diketahui secara umum (Mulyana dalam Tiara,2015:11). Jadi, dalam subbab ini akan dibahas mengenai penggunaan implikatur konvensional dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar.

Yule (2006: 78) menyatakan implikatur konvensional tidak didasarkan pada prinsip kerja sama atau maksim-maksim. Implikatur konvensional tidak harus terjadi dalam percakapan dan tidak bergantung pada konteks khusus untuk menginterpretasikannya. Maksudnya, penafsiran implikatur konvensional bisa langsung pada tuturan tersebut bahkan tanpa konteks sekalipun sudah bisa dipahami. Hal ini karena penafsiran implikatur konvensional mengacu pada kesepakatan umum sebagaimana contoh di bawah ini.

*Stop! Pelanggaran, Kecelakaan. Keselamatan untuk Kemanusiaan.*

Pada slogan tersebut, kata pertama adalah *stop* yang berarti berhenti. Kata *stop*, meski menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI V) tidak baku, sebab yang baku adalah *setop*, tetapi demi keefektifan slogan tersebut pihak lalu lintas

menulis *stop*, karena kata *stop* lebih terkenal dalam masyarakat ketimbang *setop*. Kemudian *stop pelanggaran* bermakna berhenti melanggar dan *stop kecelakaan* bermakna berhenti kecelakaan. Selain itu, frasa *Keselamatan untuk Kemanusiaan* bermakna keadaan selamat menggambarkan sifat-sifat manusia.

Dengan demikian, implikasi yang muncul pada slogan tersebut adalah larangan pengendara untuk tidak melakukan pelanggaran ketika berkendara karena dapat menyebabkan kecelakaan. Hal ini ditantai dengan kata *stop* yang berarti *setop* dengan makna berhenti yang secara umum diketahui oleh masyarakat dan sifatnya yang tahan lama.

*Ayo bersepeda...!!! Sehat, aman, dan murah.*

Pada slogan tersebut, kata pertama adalah *ayo* yang berarti mengajak atau memberi dorongan (KBBI V). Kata *ayo* sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat. Selain itu, frasa *sehat, aman, dan murah* dalam KBBI V, kata *sehat* bermakna bebas dari sakit, *aman* bermakna bebas dari bahaya, dan *murah* bermakna gampang (mudah). Sehingga kata-kata tersebut sudah dapat dipahami oleh masyarakat karena kata tersebut sering dikaitkan dengan kehidupan nyata.

Dengan demikian, implikasi yang muncul pada slogan tersebut adalah ajakan untuk hidup lebih sehat dan aman ketika bersepeda. Frasa *ayo bersepeda...!!!* sudah diketahui secara umum oleh masyarakat bahwa kata *ayo bersepeda* bermakna mengajak untuk bersepeda karena dengan bersepeda hidup terasa sehat dan aman serta lebih terjangkau untuk memiliki sepeda.

*Jangan Terobos Lampu Merah, Membahayakan Nyawa Orang Lain.*

Pada slogan tersebut, kata pertama adalah *jangan* yang menyatakan melarang, yang berarti tidak boleh dalam KBBI V. *Terobos* adalah menembus atau mendobrak sedangkan lampu merah merupakan lampu yang memiliki lampu merah ketika menyala. Lampu merah lazim digunakan di pertigaan atau perempatan jalan untuk mengatur ketertiban lalu lintas. Lampu merah merupakan isyarat agar pengemudi menghentikan kendaraannya agar kendaraan dari arah yang lain bisa lewat. *Jangan terobos lampu merah* bermakna agar pengemudi berhenti saat lampu lalu lintas menyala merah di persimpangan jalan demi keselamatan bersama pengemudi lainnya. Menerobos lampu merah bisa berakibat fatal, sebab bisa saja mencelakai pengemudi lain.

Dengan demikian, implikasi yang muncul pada slogan tersebut adalah larangan menembus/melewati lampu merah ketika menyala sebab akan mengancam keselamatan orang lain. Hal ini ditandai dengan kata *jangan* merupakan kata yang menyatakan melarang yang berarti tidak boleh dalam KBBI V serta sudah secara umum diketahui oleh masyarakat dan sifatnya yang tahan lama sebab sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa implikatur konvensional lebih menjelaskan pada apa yang dimaksud dan diketahui secara umum dan bersifat yang tahan lama. Jadi, peserta tutur umumnya sudah mengetahui tentang maksud atau pengertian suatu hal tertentu dalam sebuah tuturan.

Selain itu, bahasa yang digunakan oleh penutur pada iklan merupakan bahasa baku agar masyarakat atau pembaca dapat memahami maksud penutur walaupun dalam bentuk tuturan saja. Artinya, masyarakat memahami suatu bahasa berdasarkan tuturan kata yang digunakan oleh penutur tanpa harus melalui konteks khusus. Jadi, penafsiran implikatur konvensional bisa langsung pada tuturan tersebut bahkan tanpa konteks sekalipun sudah bisa dipahami. Ditambah lagi dengan media gambar yang mendukung tuturan tersebut, sehingga masyarakat tertarik untuk melihat dan membacanya. Gambar yang digunakan sesuai dengan maksud pada tulisan tersebut. Dengan demikian, peneliti menemukan implikatur konvensional ada yang berupa larangan, imbauan, peringatan, dan ajakan.

## **2. Penggunaan Implikatur Konversasional (Percakapan) dalam Bahasa Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar**

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. Jadi, dalam subbab ini akan dibahas mengenai penggunaan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa

iklan layanan masyarakat di Kota Makassar. Beberapa contoh yang akan dibahas sebagai berikut.

*Lindungi Anak dari Tindak Kekerasan*

Pada slogan tersebut, jika dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna meminta/memerintah seseorang untuk melakukan sesuatu yaitu agar orang tua tidak melakukan kekerasan pada anak. Anak patut dilindungi dan disayangi karena anak merupakan generasi penerus bangsa. Dengan demikian, dibutuhkan anak dengan kualitas yang baik agar tercapai masa depan bangsa yang baik. Untuk mendapatkan kualitas anak yang baik harus dipastikan bahwa tumbuh dan kembangnya juga baik. Dengan demikian, implikasinya adalah meminta/memerintah para orang tua agar tidak melakukan kekerasan pada anak demi terciptanya generasi bangsa yang berkualitas bagi nusa dan bangsa.

*Melanggar Batas Kecepatan Maksimal. Tanda Datangnya Maut!!!*

Pada slogan tersebut, jika dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna jika melakukan pelanggaran batas kecepatan ketika berkendara, maka risiko kecelakaan sangat besar terjadi. Dengan demikian, implikasi yang muncul adalah melarang pengendara untuk tidak melakukan pelanggaran yaitu dengan tidak melewati ketentuan kecepatan maksimal saat berkendara. Pada umumnya rambu batas kecepatan yang umum digunakan di dunia adalah 60 kilometer per jam. Pembatasan kecepatan adalah suatu ketentuan untuk membatasi kecepatan lalu lintas dalam rangka menurunkan angka kecelakaan lalu lintas. Kondisi lalu lintas Kota Makassar yang padat sangat perlu untuk membatasi kecepatan karena alasan

keramaian di sekitar sekolah, banyak kegiatan di sekitar jalan, penghemat energi ataupun karena alasan geometrik jalan.

*Markah jalan bukan lukisan. Patuhilah untuk keselamatan Anda.*

*Menuju Indonesia Tertib. Bersatu Keselamatan No. 1*

Pada slogan tersebut, jika dilihat dari segi kontekstual, iklan ini bermakna sindiran kepada pengguna jalan karena masih banyak pengendara yang menganggap markah jalan hanyalah hiasan yang cukup dilihat. Namun, tujuan pemasangan iklan agar dapat tertib berlalu lintas dengan adanya penanda lalu lintas yang terdapat di jalan raya. Kalimat *markah jalan bukan lukisan* bermakna sindiran kepada masyarakat yang tidak mempedulikan penanda jalan yang berfungsi sebagai petunjuk dalam berlalu lintas sehingga markah jalan tersebut seakan hanya sebagai lukisan yang terpajang. Kondisi lalu lintas Kota Makassar yang padat sangat membutuhkan markah jalan sebagai petunjuk bagi masyarakat agar tertib berlalu lintas. Dengan demikian, implikasinya adalah menyindir pengguna jalan yang berlalu lintas agar memperhatikan penanda jalan demi menciptakan ketertiban di jalan raya dan untuk keselamatan ketika berkendara.

Berdasarkan penjelasan contoh di atas, merupakan hasil dari penelitian yang berdasarkan teori dari Zamzani dan Kridalaksana yaitu menyatakan bahwa implikatur percakapan merupakan implikatur yang muncul dalam konteks pemakaian bahasa yang bersifat khusus dan makna yang dipahami tetapi tidak atau kurang terungkap dalam apa yang diucapkan. Dari bab sebelumnya dijelaskan bahwa penanda kemunculan implikatur percakapan tidak lepas dari

konteks situasi atau keadaan yang terjadi. Prinsip kerja sama juga sebagai penanda implikatur karena peran sentralnya yang sangat diperlukan dalam sebuah komunikasi. Percakapan atau komunikasi yang melanggar prinsip kerja sama akan menimbulkan suatu implikatur percakapan (Grice, 1975).

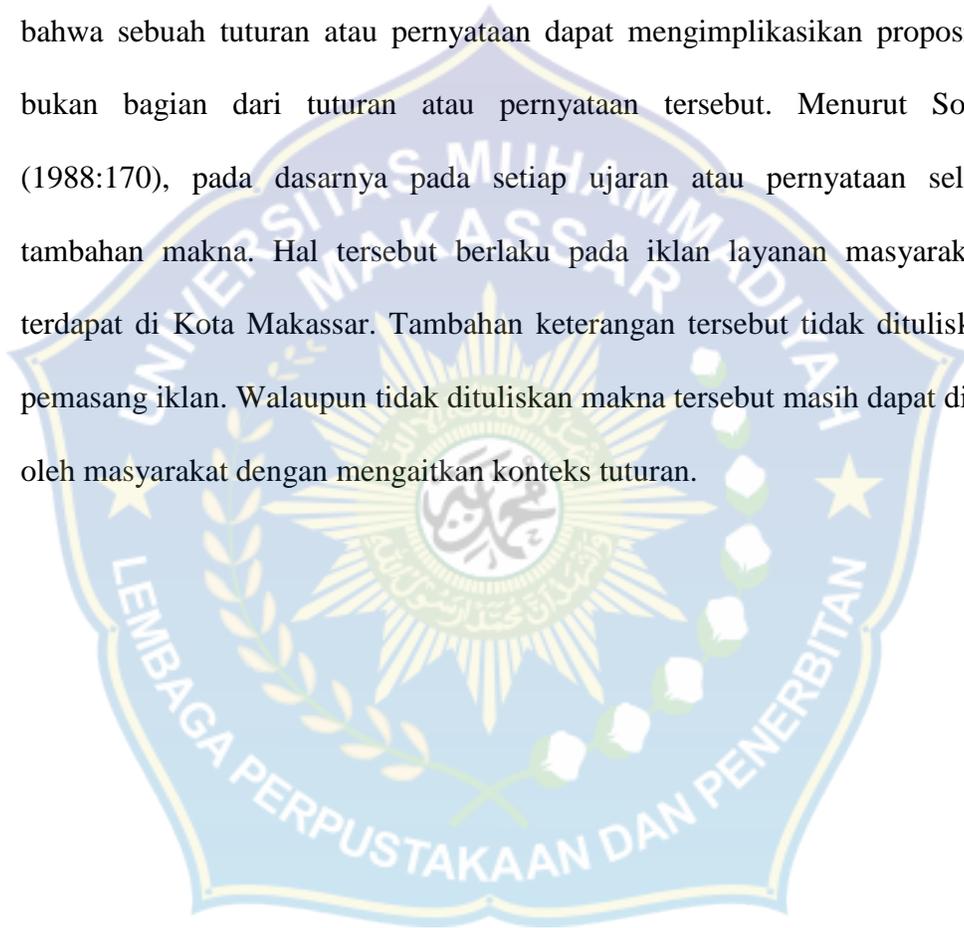
Selama proses analisis yang peneliti lakukan terhadap bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar tidak menemukan adanya pelanggaran atau penyimpangan maksim-maksim dari prinsip kerja sama. Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya ketika percakapan atau komunikasi yang melanggar prinsip kerja sama akan menimbulkan suatu implikatur percakapan. Adapun objek dalam penelitian ini merupakan bahasa iklan layanan masyarakat atau slogan yang bukan berupa dialog, melainkan berupa monolog. Selain itu, penutur hanya menyampaikan sesuatu yang dirasa cukup diketahui oleh masyarakat ditambah lagi dengan gambar untuk menarik perhatian masyarakat. Hal ini dikarenakan tujuan dari iklan tersebut yakni ingin menciptakan suatu prinsip kerja sama antara penutur dengan mitra tutur agar mencapai suatu tujuan tertentu.

Oleh karena itu, peneliti mengambil keputusan untuk menggunakan teori bahwa penanda kemunculan implikatur percakapan tidak lepas dari konteks situasi atau keadaan yang terjadi. Dengan demikian, maka peneliti menemukan implikatur konversasional (percakapan) ada yang berupa mengimbau, mengajak, mengingatkan, melarang, meminta/memerintah, memberitahukan dan menyindir.

Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar dilihat berdasarkan kontekstual yang berhubungan dengan konteks. Konteks yang berupa situasi yang berhubungan dengan suatu kejadian yang lazim disebut konteks (*context*) saja. Pembuatan iklan layanan masyarakat di Kota Makassar yang melatar belakangi yakni situasi atau keadaan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Melalui media iklan penutur berusaha menyampaikan suatu hal yang perlu diketahui oleh masyarakat. Iklan dibuat dengan tujuan membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan kehidupan. Masyarakat diharapkan dapat mengalami perubahan perilaku setelah membaca iklan layanan masyarakat karena masyarakat akan dibangun pada keadaan yang lebih baik.

Oleh karena itu, bahasa hanya memiliki makna jika berada dalam suatu konteks situasi. Makna sebuah ujaran diinterpretasikan melalui sebuah ujaran dengan memperhatikan konteks, sebab konteks yang akan menentukan makna sebuah ujaran berdasarkan situasi. Artinya, konteks situasi sangat berpengaruh dalam berinteraksi. Pilihan bahasa seseorang dapat berubah dari ragam baku menjadi ragam tidak baku atau sebaliknya jika situasi yang melatarinya berubah. Perubahan bentuk bahasa yang digunakan dalam interaksi dipengaruhi oleh berubahnya konteks situasi akibat pengetahuan penutur akan keberadaan mitra tutur.

Makna implikatur mengimplikasikan maksud lain dari makna harfiahnya. Jumlah kemunculan implikatur yang paling banyak adalah imbauan. Hal ini sesuai tujuan dengan tujuan awal iklan sebagai alat persuasif untuk mengajak masyarakat memperbaiki kehidupan sosial. Makna implikatur tersebut sesuai dengan teori Grice dalam bukunya” *Logic and Conversation*” yang menyatakan bahwa sebuah tuturan atau pernyataan dapat mengimplikasikan proposisi yang bukan bagian dari tuturan atau pernyataan tersebut. Menurut Soemarmo (1988:170), pada dasarnya pada setiap ujaran atau pernyataan selalu ada tambahan makna. Hal tersebut berlaku pada iklan layanan masyarakat yang terdapat di Kota Makassar. Tambahan keterangan tersebut tidak dituliskan oleh pemasang iklan. Walaupun tidak dituliskan makna tersebut masih dapat ditangkap oleh masyarakat dengan mengaitkan konteks tuturan.



## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan mengenai penggunaan implikatur konvensional dan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penggunaan implikatur konvensional dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar sebagai berikut. Dilihat dari segi tuturan iklan, implikatur konvensional ada yang berupa, larangan, imbauan, peringatan dan ajakan. Berdasarkan hasil yang ditemukan peneliti berpandangan bahwa masyarakat di Kota Makassar pada umumnya sudah dapat memahami iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh pihak kepolisian. Ketika masyarakat membaca iklan layanan masyarakat mereka memiliki pengetahuan yang sama dalam pemakaian bahasa yang bersifat umum.
2. Penggunaan implikatur konversasional (percakapan) dalam bahasa iklan layanan masyarakat di Kota Makassar sebagai berikut. Dilihat dari segi kontekstual iklan, implikatur konversasional (percakapan ) ada yang berupa, mengimbau, mengajak, mengingatkan, melarang, meminta/memerintah, memberitahukan dan menyindir. Dalam hal ini penggunaan implikatur konversasional (percakapan) bertujuan memperhalus tuturan dan menjaga etika kesopanan. Berdasarkan hasil yang ditemukan peneliti berpandangan

bahwa penutur hanya menyampaikan sesuatu yang dirasa cukup diketahui oleh masyarakat ditambah lagi dengan gambar untuk menarik perhatian masyarakat.

Dengan demikian, implikatur bahasa pada iklan layanan masyarakat di Kota Makassar yang ditemukan dari 20 iklan yakni larangan (7), imbauan (5), peringatan (2), ajakan (4) dan sindiran (2).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil simpulan penelitian analisis implikatur bahasa pada iklan layanan masyarakat di Kota Makassar, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut.

1. Penelitian tentang implikatur bahasa pada iklan layanan masyarakat di Kota Makassar ini masih sangat sederhana dan masih belum begitu sempurna. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai implikatur dengan objek yang berbeda.
2. Para peneliti, khususnya peneliti bahasa lebih mengedepankan penelitian yang dekat dengan masyarakat seperti slogan iklan layanan masyarakat, karena slogan hampir setiap saat dilihat dan dibaca oleh masyarakat apalagi jika itu dipasang di pinggir-pinggir jalan.
3. Sudah sepatutnya uraian dalam tulisan ini tidak hanya sekadar kritik ilmiah bagi penulis maupun pembaca, tetapi dapat mengambil hikmah dan dijadikan suatu pelajaran berharga dalam menyikapi permasalahan hidup ini. Bahwa iklan layanan masyarakat memiliki peranan penting dalam membentuk kesadaran masyarakat dan perubahan perilaku pada keadaan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, & Abdullah, A. 2013. *Linguistik Umum*. Jakarta: Erlangga.
- Duranti, A. 1997. *Linguistic Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- FKIP Unismuh Makassar. 2018. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Makassar: Panrita Press.
- Gaffar, M.S. 2018. Analisis Makna Implikatur Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar. *Tesis*. Makassar: Universitas Negeri Makassar, (*Online*), (<http://eprints.unm.ac.id/11049/1/Artikel%20Tesis%20Syukri.pdf>, diakses 10 Desember 2018 )
- Goffman, E. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- Grice, H.P. 1975. *Logic and Conversation*. New York: Oxford University Press.
- Halliday, M.A.K dan Hasan, Ruqaiya.1992. *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek Bahasa dalam Pandangan Semantik Sosial* (diterjemahkan oleh Asrudin Barori TOU). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Press.
- Hermaan, M.H. 2015. Implikatur pada Wacana Sepanduk Iklan Kendaraan Bermotor di Surakarta. *Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, (*Online*), (<http://eprints.ums.ac.id/36911/2/halaman%20depan.pdf>, diakses 31 Januari 2019
- Kemendikbud. 2016. *Aplikasi Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima*, (*Online*). Jakarta: Tersedia di <http://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses 30 Juni 2019.
- Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lee, M., & Johnson, Carla. 2011. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global* (diterjemahkan oleh Munandar, Haris & Dudi Priatna). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Leech, G. 2011. *Prinsip-Prinsip Pragmatik* (diterjemahkan oleh Oka, M.D.D). Jakarta: Universitas Indonesia Press.

- Levinson, C. Stephen. 1991. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lubis, A.H.H. 1991. *Analisis Wacana Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Marini, Y.E. 2017. Implikatur pada Ungkapan di Badan Angkutan Umum Wilayah Tanjung Karang dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *Skripsi*. Lampung: Universitas Lampung, (Online), (<http://digilib.unila.ac.id/27801/2/skripsi%20tanpa%20bab%20pembahasan.pdf>, diakses 2 Agustus 2019).
- Moleong, L.J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mudjiono dan Dimiyati. 1996. *Belajar dan Pembelajaran*. Bandung: Alfabet
- Mulyana, 2005. *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Analisis*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Nababan, P.W.J. 1987. *Ilmu Pragmatik (Teori dan Penerapannya)*. Jakarta: Depdiknas.
- Nadar, F.X. 2009. *Pragmatik & Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Parker, J. 1986. *Palleting Handbook*. California Pellet Mill: Ltd Singapore.
- Pujianto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi.
- Rahardi, Kunjana. 2003. *Berkenalan dengan Ilmu Bahasa Pragmatik*. Malang: Dioma.
- Rahardi, Kunjana. 2005. *Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Rohmadi. dkk. 2010. *Morfologi Telaah Morfem dan Kata*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Rosidi, Imron. 2009. *Menulis Siapa Takut*. Bandung: Kanisius.
- Rusminto, N.E. 2009. *Analisis Wacana Bahasa Indonesia: Buku Ajar*. Lampung: Universitas Lampung.
- Rustono. 1999. *Pokok-Pokok Pragmatik*. Semarang: CV IKIP Semarang Press.
- Schiffrin, D. 1994. *Approach to Discourse*. Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Soemarmo, Marmo. 1988. *Pragmatik dan Perkembangan Muktahirnya*. Jakarta: Lembaga Bahasa Atma Jaya.

- Soeparno. 2002. *Dasar-Dasar Linguistik Umum*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Sperber, D & Wilson, D. 1998. *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell Publishers Inc.
- Tiara, Felesia Rizqi. 2015. Implikatur dalam Wacana Kolom Cari Angin pada Surat Kabar Tempo. *Skripsi*. Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Negeri Yogyakarta.
- Verhaar, J.W.M. 1997. *Pengantar Linguistik*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Wijana, I.D.P. 1996. *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi.
- Yule, G. 2006. *Pragmatik (Edisi Terjemahan oleh Indah Fajar Wahyuni dan Rombe Mustajab)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yusri. 2016. *Ilmu Pragmatik dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zamzani. 2007. *Kajian Sosiopragmatik*. Yogyakarta: Cipta Pustaka.



L

A

M

P

I

R

A

N



## KORPUS DATA

### IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI KOTA MAKASSAR

2019

#### 1.TEMA LARANGAN



Gambar: 01/01



Gambar:01/02



Gambar :01/03



Gambar: 01/04



**Gambar : 01/05**

**Gambar : 01/06**



**Gambar : 01/07**

## 2. TEMA IMBAUAN



Gambar : 02/01



Gambar : 02/02



Gambar : 02/03



Gambar : 02/04



Gambar : 02/05

### 3. TEMA PERINGATAN



Gambar : 03/01



Gambar : 03/02

#### 4. TEMA AJAKAN



Gambar : 04/01



Gambar : 04/02



Gambar : 04/03



Gambar : 04/04

## 5. TEMA SINDIRAN



Gambar : 05/01

Gambar : 05/02



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **NURUL LATHIFAH INSANI AR.**  
Stambuk : 10533 7932 15  
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Pembimbing : **1. Dr. Syafruddin, M.Pd.**  
**2. Akram Budiman Yusuf, S.Pd., M.Pd.**  
Judul Skripsi : **Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar (Kajian Pragmatik)**

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
	25/7/2019	1. Analisis dan pembahasan lebih (lebih) untuk masing-masing tema.	
	5/8/2019	2. tambahkan semua data (lihat lampiran Msyke) Ace	

Catatan:  
Mahasiswa dapat mengikuti Ujian Skripsi jika telah melakukan pembimbingan minimal 3 (tiga) kali dan skripsi telah disetujui kedua pembimbing

Ketua Prodi  
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
  
**Dr. Munirah, M. Pd.**  
NBM: 951 576



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : **NURUL LATHIFAH INSANI AR.**  
 Stambuk : 10533 7932 15  
 Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
 Pembimbing : 1. Dr. Syafruddin, M.Pd.  
 2. Akram Budiman Yusuf, S.Pd., M.Pd.  
 Judul Skripsi : Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar (Kajian Pragmatik)

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
	25/07/19	Data Penelitian & tambahkan Pembahasan hari mengantar antara teori awal hari Penelitian	
	05/08/19	- Perbaikan Abstrak - lengkapi prolog skrip: lampiran, surat pengantar, diwajut hidup - Perbaikan paragraf.	
	07/08/19	Acc, siap diujikan	

**Catatan:**  
 Mahasiswa dapat mengikuti Ujian Skripsi jika telah melakukan pembimbingan minimal 3 (tiga) kali dan skripsi telah disetujui kedua pembimbing

Ketua Prodi  
 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

**Dr. Munirah, M. Pd.**  
 NBM: 951 576



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail :lp3munismuh@plasa.com



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 1679/05/C.4-VIII/V/1440/2019  
Jumlah : 1 (satu) Rangkap Proposal  
Jenis : Permohonan Izin Penelitian

19 Ramadhan 1440 H  
24 May 2019 M

Kepada Yth,  
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
Cq. Kepala UPT P2T BKPMMD Prov. Sul-Sel  
di –  
Makassar

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0277/FKIP/A.1-II/V/1440/2018 tanggal 23 Mei 2019, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **NURUL LATHIFAH INSANI AR.**  
No. Stambuk : **10533 7932 15**  
Fakultas : **Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**  
Jurusan : **Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia**  
Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"Analisis Implikatur Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Kota Makassar (Kajian Pragmatik)"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 25 Mei 2019 s/d 25 Juli 2019.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Ketua LP3M,

**Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.**  
NBM 101 7716



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN**

Nomor : 16930/S.01/PTSP/2019  
Lampiran :  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Walikota Makassar

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 1679/05/C.4-VIII/V/1440/2019 tanggal 24 Mei 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **NURUL LATHIFAH INSANI AR**  
Nomor Pokok : 10533793215  
Program Studi : Pend. Bahasa & Sastra Indonesia  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" ANALISIS IMPLIKATUR BAHASA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI KOTA MAKASSAR (KAJIAN PRAGMATIK) "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **27 Mei s/d 27 Juli 2019**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 27 Mei 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**

Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

**A. M. YAMIN, SE., MS.**

Pangkat : Pembina Utama Madya  
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;  
2. *Pertinggal.*

SIMAP PTSP 28-05-2019



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90222





PEMERINTAH KOTA MAKASSAR  
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 90111  
Telp +62411 - 3615867 Fax +62411 - 3615867  
Email : [Kesbang@makassar.go.id](mailto:Kesbang@makassar.go.id) Home page : <http://www.makassar.go.id>

Makassar, 25 Juni 2019

K e p a d a

Nomor : 070 / 2019 - II / BKBP / VI / 2019  
Sifat :  
Perihal : Izin Penelitian

Yth. BADAN PENDAPATAN DAERAH  
KOTA MAKASSAR

Di -  
MAKASSAR

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 16930/S.01/PTSP/2019 Tanggal 27 Mei 2019, Perihal tersebut di atas, maka bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa :

Nama : NURUL LATHIFAF INSANI AR  
NIM/Jurusan : 10533793215 / Pend.Bahasa & Sastra Indonesia  
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / UNISMUH  
Alamat : Jl. Slt Alauddin No.259, Makassar  
Judul : "ANALISIS IMPLIKATUR BAHASA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI KOTA MAKASSAR (KAJIAN PRAGMATIK)"

Bermaksud mengadakan **Penelitian** pada Instansi / Wilayah Bapak, dalam rangka **Penyusunan Skripsi** sesuai dengan judul di atas, yang akan dilaksanakan mulai tanggal **24 Juni s/d 27 Juli 2019**.

Sehubungan dengan hal tersebut, pada prinsipnya kami dapat **menyetujui** dengan **memberikan surat rekomendasi izin penelitian** ini dan harap diberikan bantuan dan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan kepada Bapak untuk dimaklumi dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota Makassar Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.

A.n. WALIKOTA MAKASSAR  
KEPALA BADAN



**Dr. Andi Syahrums, SE, M.Si**  
Pangkat : Pembina Tk. I  
NIP M A K 19660517 200112 1 002

Tembusan :

## RIWAYAT HIDUP



Nurul Lathifah Insani AR. Dilahirkan di Tinambung Polmas pada tanggal 11 Desember 1995. Penulis merupakan buah kasih sayang dari pasangan Ayahanda Abd. Rahman AS dengan Ibunda Nurhayati R merupakan anak keempat dari lima bersaudara. Penulis memasuki jenjang pendidikan sekolah dasar pada tahun 2003 di SD Negeri 3 Kampung Baru Banggae Timur Majene dan tamat pada tahun 2008. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Majene dan tamat pada tahun 2011, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Majene dan tamat pada tahun 2014. Pada tahun 2015, penulis melanjutkan pendidikan pada program Strata Satu (S1) Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar dan selesai tahun 2019.