

MAKNA IMPLIKATUR IKLAN PADA IKLAN NIAGA.COM
(The Implicature on the Iklan Niaga.Com Advertisement)

Vita Nirmala

Balai Bahasa Prov. Sumsel, Jalan Seniman Amri Yahya, Jakabaring SU1,
Kompleks Taman Budaya Sriwijaya, Palembang.
Pos-el: vitara1603@yahoo.co.id

(Naskah diterima: 6 Juli 2015, Disetujui: 20 Oktober 2015)

Abstract

This study discusses the implicature on Iklan Niaga.com. This study aims to describe the implicature of the utterance or text of the advertisements in Iklan Niaga.com. This study used the descriptive-analytic method. The data were collected from five advertisements advertised in Iklan Niaga.com. The type of the implicature is commonly used in commercial advertisements on Iklan Niaga.com, they are some offerings such as offerings of discount, offering of advantage, offering of strategic location, offering of bonus, offering product excellence, offering of easiness, offering of cheap price, offering of product type, and offering of the newest product.
Kata kunci: pragmatic, implicature, advertisements

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang makna implikatur pada Iklan Niaga. Com. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan makna implikatur pada ujaran atau teks iklan pada Iklan Niaga.com. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis. Data diperoleh dari 5 iklan yang dimuat pada Iklan Niaga.com. Pada umumnya, jenis implikatur yang digunakan iklan komersial pada Iklan Niaga.com berupa beberapa penawaran seperti penawaran potongan harga, penawaran keuntungan, penawaran lokasi strategis, penawaran bonus, penawaran keunggulan produk, penawaran kemudahan, penawaran harga murah, penawaran tipe produk, dan penawaran produk terbaru.
Kata kunci: pragmatik, implikatur, iklan

1. Pendahuluan

Tidak bisa dipungkiri, komunikasi akan tetap ada selama proses kehidupan manusia berlangsung. Melalui komunikasi, seseorang akan menyampaikan dan memperoleh pesan yang diharapkan. Kridalaksana (1993) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses *sharing* di antara pihak-pihak yang melakukan aktivitas komunikasi. Selanjutnya, Liliweri (1992) menyebutkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku.

Komunikasi disampaikan tidak hanya secara langsung, tetapi juga dapat disampaikan secara tidak langsung. Komunikasi langsung dapat disampaikan menggunakan bahasa

verbal, sedangkan komunikasi yang disampaikan secara tidak langsung dapat dilakukan dengan menggunakan media, baik cetak maupun elektronik. Salah satu bentuk media cetak adalah iklan. Melalui iklan, produsen atau pembuat iklan dapat mengomunikasikan atau menyampaikan maksud kepada konsumen dengan cara tersendiri. Wright (1978) dikutip Widyatama (2007:15) menyatakan bahwa iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif. Dengan kata lain, iklan

merupakan media komunikasi yang menjembatani penjual dan pembelinya dalam memasarkan produk. Bahasa yang bersifat persuasif dapat menggugah pembaca atau pembeli agar tertarik menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan.

Bahasa iklan memiliki keunikan tersendiri. Bahasa iklan berbeda dengan bahasa lain, seperti bahasa teks lain yang pada umumnya baku atau standar. Bahasa iklan umumnya bersifat singkat, padat, sederhana, dan persuasif. Sifat persuasif yang terdapat pada iklan untuk membujuk pembaca atau produsen agar tertarik pada iklan yang ditawarkan. Hal ini memang menjadi salah satu tujuan iklan.

Bahasa yang digunakan dalam iklan berperan penting pada sebuah iklan. Melalui bahasa, pembaca secara tidak langsung diharapkan mampu menelaah maksud atau tujuan suatu iklan. Bahasa yang digunakan pada sebuah iklan mampu mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pandangan, gagasan, dan perilaku terhadap barang yang diiklankan. Pembuat iklan sebaiknya harus berusaha menggunakan bahasa yang mampu dicerna pembaca agar pesan yang terdapat pada iklan sesuai dengan tujuan iklan tersebut. Bahasa dalam iklan berperan penting dalam mengarahkan pembaca mencapai tujuan sebuah iklan. Dengan bahasa yang tepat, interpretasi pembaca terhadap sebuah iklan akan sesuai dengan tujuan iklan.

Salah satu cara yang dapat digunakan dalam memaknai iklan adalah dengan kajian pragmatik. Melalui kajian pragmatik dapat diketahui makna-makna lain sebuah iklan yang terdapat di luar teks. Makna yang dikaji dalam pragmatik terikat konteks. Pragmatik mengaji bentuk bahasa untuk memahami maksud pembuat iklan yang kadang kala maksud yang disampaikan oleh pembuat iklan tecermin secara implisit.

Bertolak dari latar belakang tersebut, masalah penelitian ini adalah bagaimana makna implikatur dari tuturan yang terdapat pada *iklan niaga.com*. Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan

makna implikatur dari tuturan yang terdapat pada *iklan niaga.com*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis. Metode deskriptif analitis merupakan metode yang digunakan dalam menganalisis data berdasarkan bahan yang diperoleh tanpa menambahi atau mengurangi kemudian menganalisisnya (Gay dikutip oleh Sevilla, 1993:71).

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut. 1) Mengidentifikasi jenis iklan yang dipilih berdasarkan objek kajian dengan cara melihat isi yang bersumber dari *Iklan Niaga.com*. 2) Mengumpulkan atau mendokumentasikan iklan yang telah diidentifikasi. 3) Menganalisis kata, frasa, dan kalimat dari jenis iklan tersebut berdasarkan kajian pragmatik dari aspek implikatur.

Data dalam penelitian ini bersumber dari *iklan niaga.com* pada bulan Februari 2015 sebanyak lima iklan. Iklan yang digunakan, yakni iklan sepatu, iklan ruko, iklan motor, iklan kartu simpati, dan iklan optik.

Wright (1978) dikutip oleh Liliwiri (1992:20) menyebutkan bahwa iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasi. Selanjutnya, Dunn dan Barban (1978) dikutip oleh Widyatama (2007:15) menjelaskan bahwa iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi non-personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial, maupun pribadi yang berkepentingan.

Iklan terbagi atas dua jenis, yakni iklan standar dan iklan layanan masyarakat. Iklan standar adalah iklan yang ditata secara khusus untuk memperkenalkan barang dan jasa pelayanan untuk konsumen melalui sebuah media dengan tujuan merangsang motif dan

minat pembeli atau pemakai. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang tidak mencari keuntungan karena tujuannya hanya memberikan informasi dan penerangan kepada masyarakat (Liliweri, 1992).

Yule (1996:3) menyatakan bahwa pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca). Studi ini lebih banyak berhubungan dengan analisis tentang apa yang dimaksudkan orang dengan tuturan-tuturannya daripada dengan makna terpisah dari kata atau frasa yang digunakan dalam tuturan itu sendiri. Secara umum, pragmatik adalah studi tentang maksud penutur. Sementara itu, Wijana (1996:1) menyatakan bahwa pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi. Lebih jauh lagi, Leech (1993:8) menyebutkan bahwa pragmatik adalah studi tentang makna dalam hubungannya dengan situasi ujar. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa pragmatik adalah ilmu yang mempelajari makna berdasarkan konteks yang melatarbelakanginya. Kajian pragmatik tidak dapat dilepaskan dari konteks yang melatarbelakangi penggunaan bahasa. Konteks merupakan unsur penting untuk memahami wacana. Konteks dapat membantu seseorang dalam memahami wacana. Hymes dikutip oleh Paulston and Tucker (2003:40—46) menjelaskan ada 16 komponen tutur yang dikelompokkan menjadi delapan komponen yang disebut sebagai komponen tutur (*speech component*). Disebut demikian karena memang perwujudan makna sebuah tuturan atau ujaran ditentukan oleh komponen tutur. Kedelapan komponen tutur tersebut dapat diakronimkan dengan SPEAKING: *setting and scene* (latar); *participant* (peserta); *ends* (maksud/hasil); *act sequance* (amanat); *key* (cara); *instrumentalities* (sarana); *norms* (norma); dan *genres* (jenis).

Setting and Scene berkenaan dengan waktu dan tempat tutur berlangsung,

sedangkan *scene* mencakup ada tempat dan waktu atau situasi psikologis pembicaraan. Waktu, tempat, dan situasi tuturnya yang berbeda dapat menyebabkan penggunaan variasi bahasa yang berbeda pula. *Participant* adalah pihak-pihak yang terlibat dalam tuturan, pembicara dan pendengar, penyapa dan pesapa, atau pengirim dan penerima (pesan). Dua orang yang bercakap-cakap dapat berganti peran sebagai pembicara atau pendengar. *End* yaitu maksud dan hasil percakapan. Suatu peristiwa tutur itu terjadi pasti memiliki maksud yang ingin disampaikan oleh penutur dan mitra tutur. *Act Sequences* yaitu hal yang menunjuk pada bentuk dan isi percakapan. Bentuk pesan mencakup bagaimana topik itu dituturkan, sedangkan isi percakapan ini berkaitan dengan persoalan apa yang dikatakan oleh penutur. *Key* yaitu menunjuk pada cara atau semangat (nada/jiwa) dalam melaksanakan percakapan. Tuturan tersebut akan berbeda antara serius dan santai, resmi dan tidak resmi, lucu, khidmat, sinis, dan lain-lain. *Instrumentalities* merujuk pada jalur percakapan; apakah secara lisan atau tidak. Jalur percakapan yang digunakan itu dapat melalui tidak lisan seperti: telegraf, telepon, surat dan lain-lain. Percakapan secara lisan seperti berbicara, menyanyi, bersiul, dan lain-lain. *Norm* merujuk pada norma perilaku peserta percakapan. Termasuk di dalamnya semua kaidah yang mengatur pertuturan yang bersifat imperatif (memerintah). Misalnya, bagaimana cara berinterupsi, bertanya, berbicara yang sopan, dan sebagainya. *Genres* yaitu yang menunjuk pada kategori atau ragam bahasa yang digunakan. Misalnya, jenis penyampaian puisi, narasi, khutbah, lawak, perkuliahan, dan sebagainya.

Salah satu kajian dalam pragmatik adalah implikatur. Grice (1975) dikutip oleh Brown and Yule (1996:31) menjelaskan implikatur adalah kajian yang menerangkan apa yang mungkin diartikan, disarankan, atau dimaksudkan oleh penutur, yang berbeda dengan apa yang sebenarnya dikatakan oleh penutur. Selanjutnya, dikatakan juga bahwa

sebuah tuturan dapat mengimplikasikan proposisi yang bukan merupakan bagian dari tuturan tersebut. Proposisi yang diimplikasikan itu dapat juga disebut dengan implikatur percakapan. Lebih lanjut, Levinson (1983:97) menjelaskan bahwa *implicature provides some explicite account of how it is possible to mean (in some general sense) more than what is actually said (i.e. more than what is literally expressed by the conventional sense of the linguistic expression uttered)*. “implikatur memberikan penjelasan eksplisit tentang cara bagaimana dapat mengimplikasikan lebih banyak dari apa yang dituturkan. Lebih jauh lagi, Soemarmo (1988) menyebutkan secara konotatif ada makna lain di balik apa yang dikatakan. Pada dasarnya, di setiap tuturan selalu ada tambahan keterangan, yang sekalipun tidak dituturkan oleh penuturnya tetap dimaklumi oleh pendengar. Jadi, dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan implikatur adalah tuturan yang maknanya atau maksudnya melebihi dari apa yang dituturkan.

Sehubungan dengan hal tersebut, Grice (1975) dikutip Brown and Yule (1996:31—33) menyatakan ada dua jenis implikatur, yakni implikatur konvensional dan implikatur percakapan. Implikatur konvensional ditentukan oleh arti konvensional kata-kata yang dipakai. Implikatur konvensional diasosiasikan dengan kata-kata khusus dan menghasilkan maksud tambahan yang disampaikan apabila kata-kata itu digunakan. Implikatur konvensional tidak harus terjadi dalam percakapan, dan tidak bergantung pada konteks khusus untuk menginterpretasikannya. Implikatur percakapan akan muncul jika terjadi kerjasama (asas/maksim kerjasama) antara penutur dan petutur. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membentuk maksim kerja sama. Hal-hal itu antara lain: kuantitas, kualitas, hubungan, dan cara.

2. Hasil dan Pembahasan

2.1 Implikatur dalam Iklan Nomor 1, Iklan Sepatu



Gambar 1 iklan nomor 1

Implikatur yang terdapat dalam iklan nomor 1 dapat dilihat dari ujaran berikut ini.

- Wow....Machbeth shoes discount 45%*
- Makna utama dari ujaran ini adalah pemilik toko sepatu merek *Machbeth* memberikan potongan harga sebesar 45 persen kepada pembeli.
 - Makna implikatur atau makna tambahan dari ujaran ini berupa penawaran potongan harga sepatu merek *Machbeth*. Dari pemberian potongan harga ini, pemilik toko memberikan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan toko sepatu lainnya. Potongan harga sebesar 45 persen yang diberikan oleh pemilik toko menunjukkan bahwa harga sepatu merek *Machbeth* yang dijual pada toko lain melebihi separuh harga dari sepatu yang ditawarkan pada toko ini. Harga yang ditawarkan ini jauh lebih murah daripada harga dasar sepatu tersebut. Selain itu, ujaran ini mengimplikasikan pembaca/calon pembeli yang ingin membeli sepatu agar membeli sepatupada toko tersebut.

Rp. 5.000.000,- become Rp.2.750.000,- + Choi Won signature

- a. Makna utama dari ujaran ini adalah pemilik toko sepatu dengan merek *Machbeth* memberikan potongan harga dan tanda tangan artis Korea terkenal Choi Won.
- b. Makna implikatur atau makna tambahan dari ujaran ini mengimplikasikan keuntungan yang diperoleh pembaca/calon pembeli jika membeli sepatu merek *Machbeth*. Sepatu yang semula berharga 5 juta rupiah menjadi dua juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah. Hal ini mengindikasikan bahwa pembaca/calon pembeli akan memperoleh keuntungan sebesar 45% dari harga jual. Selain potongan harga yang diberikan, calon pembeli juga akan mendapatkan tanda tangan dari artis Korea yang bernama Choi Won.

Supplies are limited!!!!!!

- a. Makna utama dari ujaran ini adalah pemilik toko sepatu *Machbeth shoes* ingin menginformasikan bahwa sepatu yang ada potongan harga dijual secara terbatas.
- b. Makna implikatur atau makna tambahan dari ujaran ini mengimplikasikan bahwa pembaca/calon pembeli yang berminat harus segera membeli sepatu tersebut sebelum sepatu habis terjual karena persediaan yang terbatas. Potongan harga sepatu sebesar 45 persen dan tanda tangan dari artis terkenal diberikan secara terbatas. Artinya, ada batas waktu yang diberikan penjual kepada calon pembeli dalam pemberian potongan harga. Pembaca/calon pembeli yang terlambat tidak akan mendapatkan keuntungan berupa potongan harga yang ditawarkan.

Get just in MAHABRATA shoes store in the street No.28 Hamengkubuwono IX Nganjuk

- a. Makna utama dari ujaran ini adalah pemilik toko sepatu merek *Machbeth* ingin menginformasikan bahwa sepatu tersebut hanya bisa diperoleh di toko sepatu Mahabrata di jalan Hamangkubuwono IX, Nganjuk.

- b. Makna implikatur dari ujaran ini bahwa pembaca/calon pembeli dapat memperoleh sepatu, yang memberikan potongan harga, hanya di toko sepatu Mahabrata yang berada di jalan Hamangkubuwono IX Nganjuk dan tidak di toko sepatu lain. Selain itu, pembuat iklan juga memberikan kemudahan pada calon pembeli dengan memberikan alamat lengkap toko sepatu tersebut sehingga calon pembeli yang berminat dapat dengan mudah mendatangi toko tersebut secara langsung.

Start at 23—29 December 2013

- a. Makna utama dari ujaran ini menunjukkan bahwa pemilik toko ingin menginformasikan mengenai batas waktu pemberian diskon mulai tanggal 23—29 Desember 2013.
- b. Makna implikatur dari ujaran tersebut adalah bahwa potongan harga sebesar 45 persen diberikan hanya pada waktu tertentu yakni dari tanggal 23 sampai dengan 29 Desember 2013. Calon pembeli tidak akan memperoleh potongan harga sebelum atau setelah tenggat waktu yang ditentukan. Dengan demikian, agar tidak kehabisan barang, pembuat iklan mengajak calon pembeli untuk segera membeli sepatu yang ditawarkan sebelum masa berlaku potongan harga berakhir.

Get now

- a. Makna utama dari ujaran ini menunjukkan bahwa pemilik toko ingin menginformasikan kepada pembaca/calon pembeli agar membeli sepatu yang ditawarkan sesegera mungkin.
- b. Makna implikatur atau makna lain dari ujaran ini adalah agar calon pembeli segera membeli sepatu tersebut saat ini juga karena kesempatan untuk mendapatkan keuntungan terbatas. Pembuat iklan meminta calon pembeli segera membeli sepatu agar dapat memperoleh potongan harga dan tanda tangan artis Korea. Sepatu dengan potongan harga sebesar 45 persen tidak bisa diperoleh

jika calon pembeli tidak membelinya saat ini juga.

Secara umum, makna implikatur dari ujaran yang terdapat dalam iklan ini adalah untuk mengajak/membujuk calon pembelidatang ke toko sepatu “Mahabrata” dan membeli sepatu yang ditawarkan karena toko tersebut memberikan potongan harga. Potongan harga yang diberikan adalah salah satu cara produsen dalam menarik minat pembeli. Selain memberikan potongan harga, pembuat iklan juga akan memberikan hadiah berupa tanda tangan artis terkenal.

2.2 Implikatur dalam Iklan Nomor 2, Iklan Ruko

Implikatur yang terdapat dalam iklan nomor 2 dapat dilihat dari ujaran berikut ini.

**RUKO KEBERUNTUNGAN ANDA
MAMPANG PRAPATAN
JAKARTA**



Gambar 2 iklan nomor 2

- Makna utama dari ujaran ini menunjukkan ada penjualan ruko keberuntungan di Mampang Prapatan, Jakarta.
- Makna implikatur atau makna lain dari ujaran ini menunjukkan bahwa ada penjualan ruko yang memberikan keberuntungan atau keuntungan bagi para calon pembeli. Ruko yang memberi keberuntungan hanya bisa diperoleh di penjualan ruko wilayah Mampang Prapatan. Artinya, ruko yang berada di daerah lain tidak/belum tentu memberikan keberuntungan atau keuntungan bagi calon

pembeli. Dengan demikian, ujaran ini mengimplikasikan bahwa calon pembeli yang berminat sebaiknya mencari/membeli ruko yang berada di Mampang Prapatan karena calon pembeli akan mendapatkan berbagai keuntungan/keberuntungan.

LOKASI PUSAT NIAGA TERBAIK

- Makna utama dari ujaran ini menunjukkan bahwa ruko berlokasi pada pusat niaga/perdagangan terbaik.
- Makna implikatur atau makna lain dari ujaran ini berupa penawaran keunggulan yang akan diperoleh pembaca/calon pembeli ketika membeli ruko yang ditawarkan. Dengan lokasi yang berada di pusat niaga terbaik, calon pembeli akan diberikan keuntungan dalam menjalankan usaha/bisnisnya. Artinya, produsen secara tidak langsung menjanjikan usaha bisnis yang sukses jika membeli ruko yang ditawarkan tersebut. Hal ini disebabkan lokasi ruko tersebut berada di pusat niaga terbaik di wilayah Jakarta. Tentu saja, hal ini akan memberikan banyak keuntungan bagi calon pembeli/pembeli.

5 PEMBELI PERTAMA:

BONUS MOBIL NEW INNOVA 2010

- Makna utama dari ujaran ini menunjukkan bahwa pembuat iklan atau penjual memberikan bonus mobil *New Innova 2010* kepada lima pembeli ruko pertama.
- Ujaran ini mengimplikasikan calon pembeli segera membeli ruko yang ditawarkan untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang akan diperoleh pembeli berupa bonus mobil *New Innova 2010* yang hanya akan diberikan kepada 5 calon pembeli pertama. Hal ini menunjukkan bahwa calon pembeli yang berminat tidak menyia-nyiakan kesempatan untuk segera membeli ruko yang ditawarkan sebelum kesempatan memperoleh hadiah habis. Pemberian hadiah/bonus merupakan salah satu daya tarik yang dilakukan oleh produsen dalam menarik minat pembeli. Selain itu, ujaran ini

juga bermakna tidak ada penjualan ruko yang memberikan hadiah bagi lima pembeli pertama kecuali ruko yang berada di wilayah Mampang Prapatan.

*SUDAH ADA PENYEWAAN SELAMA 60 BULAN
HASIL SEWA 10 JUTA/BULAN*

- a. Makna utama dari ujaran ini menunjukkan bahwa pembuat iklan/penjual menginformasikan bahwa ruko di wilayah itu sudah ada yang disewakan selama 6 bulan dengan harga sewa 10 juta per bulan.
- b. Implikatur dari ujaran ini berupa penawaran keuntungan. Calon pembeli akan mendapatkan banyak keuntungan dari pembelian ruko. Ruko yang sudah dibeli dapat disewakan kepada pihak lain jika ruko tersebut tidak digunakan sendiri karena banyak peminat yang tertarik untuk menyewa ruko di wilayah tersebut. Ini bisa dilihat dari ujaran *SUDAH ADA PENYEWAAN SELAMA 60 BULAN* dengan harga sewa 10 juta per bulan. Jadi, calon pembeli yang tidak ingin tinggal atau mendiami ruko tersebut, mereka dapat menyewakan ruko dengan harga sewa sebesar 10 juta per bulan. Tentu saja, calon pembeli/pembeli akan banyak memperoleh keuntungan.

*GARANSI JUAL KEMBALI 6.2 MILYAR
DI TAHUN KE 6*

- a. Makna utama dari ujaran ini menunjukkan bahwa pembuat iklan atau penjual ingin menginformasikan ada pemberian garansi jual kembali kepada pembeli sebesar 6.2 milyar di tahun ke-6.
- b. Makna implikatur atau makna tambahan dari ujaran ini berupa penawaran keuntungan. Calon pembeli dapat memperoleh keuntungan lain dengan menjual ruko itu kembali setelah tahun ke-6 dengan harga 6,2 milyar. Hal ini tentu saja memberikan keuntungan sebesar 1,4 milyar jika harga beli ruko sebesar 4,8 milyar.

Artinya, calon pembeli yang membeli ruko ini tidak akan mengalami kerugian jika ingin menjual kembali ruko ini di tahun ke-6. Dengan demikian, calon pembeli akan banyak memperoleh keuntungan dari pembelian ruko ini.

*HARGA JUAL RUKO 3 LANTAI 4X12
CUMA 4.8 MILYAR*

- a. Makna utama dari ujaran ini menunjukkan penjual/calon pembeli menginformasikan tentang harga jual ruko 3 lantai yang hanya 4,8 milyar.
- b. Implikatur dari ujaran ini berupa penawaran keuntungan. Keuntungan yang diperoleh calon pembeli berupa harga murah dari ruko yang berukuran 4x12 dengan 3 lantai. Calon pembeli hanya membayar 4.8 milyar untuk ruko yang berukuran 4x12 dengan 3 lantai. Harga ini tentu saja sangat murah jika dibandingkan dengan ruko lain di kawasan strategis dan pusat niaga Mampang Prapatan. Artinya, calon pembeli yang berminat tentu akan memperoleh banyak keuntungan dari pihak produsen.

*AWAS KEHABISAN
STOK HANYA 17 UNIT*

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi atau peringatan yang diberikan oleh penjual kepada pembaca atau calon pembeli bahwa ruko yang dijual jumlahnya terbatas. Selain itu, pembuat iklan atau penjual juga menginformasikan bahwa sisa ruko yang masih tersedia hanya ada 17 unit lagi.
- b. Implikatur dari ujaran ini adalah untuk mengingatkan calon pembeli agar segera membeli ruko yang ditawarkan karena persediaan ruko tersebut hanya untuk 17 unit. Selain itu, ujaran ini mengimplikasikan bahwa calon pembeli segera membeli ruko agar tidak habis terjual.

*HUBUNGI KAMI SEKARANG JUGA
REY: 087771275042
02191987012*

EDI: 081935000400
081330444004

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi yang diberikan oleh pembuat iklan atau penjual kepada pembaca/calon pembeli mengenai narahubung yang bisa dihubungi beserta nomor telepon selulernya.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran kemudahan. Calon pembeli diberikan kemudahan saat membeli ruko dengan cara menghubungi nomor telepon yang tercantum pada iklan. Artinya, calon pembeli dapat memperoleh informasi mengenai penjualan ruko dengan mudah tanpa harus mendatangi pihak penjual secara langsung. Secara umum, ujaran ini mengimplikasikan penawaran kemudahan kepada calon pembeli.

*PROGRAM SMART BUY
3 CARA MEMBELI RUKO KAMI CASH/
KPR/GRATIS
IKUTI GATHERING FREE UNTUK
PEMBELIAN RUKO SECARA GRATIS
DEPOSITO ANDA UTUH+TOTAL
LABA 2 MILYAR*

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi yang diberikan oleh penjual kepada calon pembeli mengenai sebuah program yang disebut *Program Smart Buy* atau Program Belanja Cerdas. Program ini menawarkan tiga cara pembelian ruko, yakni dengan pembelian tunai, KPR, atau gratis. Selain itu, calon pembeli juga dapat mengikuti acara *gathering free* sehingga bisa mendapatkan ruko secara gratis. Selain dua program tersebut, pembuat iklan atau pihak penjual menginformasikan juga mengenai pembagian laba sebesar 2 milyar kepada pembeli.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran kemudahan dan hadiah.

Produsen menawarkan program yang disebut *program smart buy* (program pembelian cerdas). Program ini menawarkan 3 cara membeli ruko, yakni pembayaran tunai, KPR, dan gratis. Maknanya, ujaran ini menunjukkan bahwa produsen memberikan atau menawarkan kemudahan kepada calon pembeli berupa cara pembayaran dalam membeli rumah sehingga calon pembeli bisa memilih salah satunya sesuai dengan kemampuan. Selain itu, pihak produsen juga menawarkan hadiah berupa pembelian ruko secara gratis pada acara *gathering free*. Pada program ini, calon pembeli yang beruntung akan mendapatkan ruko secara gratis tanpa mengeluarkan biaya. Program yang terakhir, yakni pembagian laba sebesar 2 milyar. Pada program ini, pembeli yang beruntung pada acara undian berhadiah akan mendapatkan uang.

Secara umum, makna implikatur dari ujaran yang terdapat dalam iklan ini adalah untuk mengajak/membujuk calon pembeli untuk membeli ruko di wilayah Mampang Prapatan Jakarta. Ada banyak penawaran yang diberikan produsen kepada calon konsumen agar tertarik membeli ruko di kawasan tersebut. Penawaran yang diberikan berupa lokasi yang strategis, penawaran bonus, penawaran keuntungan, penawaran harga murah, dan penawaran kemudahan pembayaran. Hal ini merupakan cara yang dilakukan oleh produsen atau pembuat iklan dalam menarik minat pembelinya.

2.3 Implikatur dalam Iklan Nomor 3, Iklan Motor

Implikatur yang terdapat dalam iklan nomor 3 dapat dilihat dari ujaran berikut ini.

*Sarana Transportasi Murah
Kualitas Jepang*



Gambar 3 iklan nomor 3

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi penjualan mengenai sarana transportasi (motor) produk Jepang yang murah.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran keunggulan atau kualitas produk sarana transportasi (motor). Motor yang ditawarkan ini berupa motor yang diproduksi oleh Jepang yang terkenal akan kualitas produk kendaraan. Jarang sekali ditemukan motor produk Jepang yang dijual dengan harga murah. Hal ini hanya bisa ditemukan pada motor ini. Sarana transportasi produk Jepang ini dijual dengan harga murah dan terjangkau. Ini merupakan salah satu keunggulannya. Motor ini selain memberikan jaminan kualitas produk juga menawarkan harga yang murah.

Rp 7 jutaan

Buruan siapa cepat dapat!!!

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi yang diberikan penjual atau pembuat iklan kepada calon pembeli untuk segera membeli motor yang ditawarkan dengan harga 7 juta rupiah.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran harga murah. Motor ini dijual dengan harga yang sangat murah yakni, 7 juta rupiah. Dengan harga yang sangat

murah tersebut, calon pembeli diharapkan segera membeli motor tersebut agar tidak kehabisan barang. Pada umumnya, setiap barang berkualitas dengan yang harga murah akan terjual dengan cepat. Oleh karena itu, produsen atau pembuat iklan mengingatkan pembaca atau calon pembeli untuk segera membeli motor tersebut sebelum habis terjual.

BLITZ R DAN BLITZ E

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi mengenai tipe yang dimiliki sarana transportasi ini.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran tipe produk motor. Motor ini memiliki dua tipe yakni, *BLITZ R* dan *BLITZ E*. Kedua tipe ini memiliki harga yang sama dan memiliki keunggulan tersendiri. Kedua tipe ini pun tidak ditemukan pada motor merek lain. Selain itu, penjual juga menawarkan dua tipe motor yang salah satunya bisa dipilih pembeli.

Kawasaki

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi mengenai merek sarana transportasi yang ditawarkan.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran merek. Dari beberapa penawaran yang disebutkan sebelum ujaran ini, pembuat iklan atau penjual ingin menginformasikan bahwa motor yang memiliki banyak keunggulan tersebut adalah motor dengan merek Kawasaki. Hanya motor dengan merek inilah, calon pembeli akan memperoleh banyak keuntungan dan keunggulan.

PT. Serba Mulia Abadi

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi mengenai alamat distributor motor Kawasaki yang bisa dihubungi.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran kemudahan. Produsen atau pembuat iklan menawarkan kemudahan.

Calon pembeli yang berminat untuk membeli motor Kawasaki dapat langsung menghubungi distributor Kawasaki PT Serba Mulia Abadi. Hal ini menunjukkan bahwa calon pembeli yang berminat dapat langsung mendatangi distributor tersebut.

*BANJARMASIN: Jl Soetayo S. RT.2
— 0511-3362480, Jl.A.Yani
MARTAPURA: Jl. A Yani K31.5 0511-
4782136, TANJUNG: Jl. IR.PH Noor
Pembataan 0526-2027358, BARABAI:
Jl. HM Syarkawi Simpang 10 0517-
43061, PELAIHARI: Jl.A.Yani No.30
0512-2707250*

- Makna utama dari ujaran ini berupa informasi alamat dan nomor telepon distributor motor Kawasaki.
- Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran kemudahan. Produsen atau pembuat iklan menampilkan alamat dan nomor telepon PT Serba Mulia Abadi yang merupakan distributor motor Kawasaki di beberapa kota di wilayah Indonesia. Hal ini bertujuan agar calon pembeli yang berminat dapat dengan mudah menghubungi distributor tersebut di kota masing-masing. Calon pembeli dapat langsung mendatangi alamat atau menghubungi nomor telepon yang tercantum pada iklan.

Secara umum, makna implikatur yang terdapat pada iklan produk motor Kawasaki berupa ajakan kepada pembaca untuk membeli motor *BLITZ R* DAN *BLITZ E*. Motor ini memiliki keunggulan yang tidak diragukan karena produk Kawasaki merupakan produk Jepang yang memiliki kualitas unggul. Selain menawarkan kualitas, produsen juga menawarkan harga murah yang terjangkau. Kedua bentuk penawaran tersebut, kualitas dan harga murah, merupakan cara yang digunakan oleh pembuat iklan dalam menarik minat pembaca iklan agar tertarik membeli produk yang ditawarkan.

2.4. Implikatur dalam Iklan Nomor 4, Iklan Kartu Simpati

Implikatur yang terdapat dalam iklan nomor 4 dapat dilihat dari ujaran berikut ini.



Gambar 4 iklan nomor 4

ISI ULANG SEKARANG DAN NIKMATI

SimPATI bonus surprise

- Makna utama dari ujaran ini berupa informasi mengenai bonus yang diberikan oleh Simpati pada saat pengisian ulang.
- Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran bonus. Telkomsel akan memberikan bonus simpati atau *Simpati bonus surprise* kepada konsumen yang melakukan isi ulang. Bonus akan diperoleh jika konsumen membeli isi ulang kartu simpati sekarang juga. Setelah konsumen melakukan isi ulang kartu simpati, konsumen akan segera menikmati bonus yang ditawarkan. Dengan kata lain, pembuat iklan meminta konsumen untuk segera melakukan pengisian ulang kartu.

*100MB
BONUS INTERNETAN
100MENIT
BONUS NELPON*

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi mengenai bonus internetan 100 MB dan bonus menelepon selama 100 menit yang diberikan oleh Telkomsel.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran bonus. Bonus yang diperoleh konsumen berupa internetan 100MB dan bonus menelepon 100 menit. Ini merupakan keuntungan yang diperoleh konsumen jika konsumen melakukan pengisian pulsa pada kartu simpati yang belum tentu ditemukan pada pengisian ulang pada kartu lain.

Dapatkan juga tiket nonton bioskop!

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi mengenai tiket menonton di bioskop secara gratis.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran hadiah. Hadiah yang akan diperoleh konsumen berupa tiket nonton gratis. Dengan mengisi ulang pulsa kartu simpati, konsumen akan memperoleh hadiah berupa tiket nonton gratis. Hal ini menunjukkan bahwa dengan hanya melakukan pengisian ulang kartu simpati, konsumen akan memperoleh banyak keuntungan berupa tiket nonton gratis dan hadiah lainnya.

*Cukup isi ulang minimal Rp.10.000,- langsung nikmati **simpati Bonus Surprise**. Dapatkan juga tiket nonton bioskop dengan menukarkan **TELKOMSEL DATA** Anda.*

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi mengenai bonus yang akan diperoleh pembaca/calon pembeli jika melakukan isi ulang kartu simpati minimal 10 ribu. Selain bonus, pembaca/calon pembeli juga akan mendapatkan tiket menonton di bioskop dengan menukarkan telkomsel data.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa penawaran berbagai hadiah berupa **simpati**

Bonus Surprise. Pembuat iklan/produsen menjanjikan bahwanya dengan mengisi ulang minimal 10 ribu rupiah, konsumen akan memperoleh kejutan sejumlah bonus. Selain itu, calon pembeli juga akan memperoleh tiket nonton bioskop dengan menukarkan telkomsel data. Secara umum, implikatur dari ujaran ini adalah pemberian berbagai hadiah yang dilakukan oleh penjual untuk menarik minat pembeli agar melakukan pengisian ulang pulsa.

BONUS BERLAKU HINGGA 14 HARI

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi tentang pemberitahuan masa berlaku bonus yang hanya 14 hari.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini berupa batasan waktu pemberian bonus. Bonus diberikan dengan batasan waktu tertentu. Artinya, konsumen harus segera melakukan pengisian ulang berdasarkan waktu yang telah ditentukan. Jika konsumen tidak segera melakukan pengisian ulang sampai batas waktu yang telah ditentukan, konsumen tidak akan memperoleh berbagai bonus yang ditawarkan.

Secara umum, makna implikatur yang terdapat pada iklan kartu simpati yang adalah mengajak pembaca untuk melakukan isi ulang kartu simpati. Dengan melakukan isi ulang kartu simpati, produsen akan mendapatkan berbagai bonus dan hadiah. Penawaran bonus dan hadiah merupakan salah satu cara yang digunakan oleh pembuat iklan dalam menarik minat pembaca iklan.

2.5 Implikatur dalam Iklan Nomor 5, Iklan Optik

Implikatur yang terdapat dalam iklan nomor 5 dapat dilihat dari ujaran berikut ini.

INDO OPTIK

Jln Nakulo no 8 wirobrajan Jogjakarta

Telp : 02747006700



Gambar 5 iklan nomor 5

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi tentang sebuah optik yang bernama Indo Optik dan berlokasi di Jalan Nakulo No.6 Wirobrajan, Jogjakarta. Selain nama optik dan alamat, ujaran ini juga menginformasikan nomor telepon yang bisa dihubungi.
- b. Implikatur dari ujaran ini berupa penawaran sebuah optik. Optik yang ditawarkan adalah Indo Optik yang berlokasi di jalan Nakulo No.8, Wirobrajan, Jogjakarta. Pembuat iklan atau penjual ingin menekankan bahwa Indo Optik hanya dapat ditemukan di Jalan Nakulo No. 8 Wirobrajan, Jogjakarta dan satu-satunya Indo Optik yang ada di Jogjakarta. Dengan adanya alamat lengkap dan nomor telepon, pembaca atau calon pembeli dapat dengan mudah mendatangi alamat atau menghubungi nomor telepon yang tertera.

Sedia Lensa Anti RADIASI Komputer dan ULTRAVIOLET untuk Menjaga Mata dari Kerusakan dan Kebutaan

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi mengenai lensa yang dijual pada Indo Optik. Lensa yang disediakan optik itu berupa lensa antiradiasi dan lensa ultraviolet yang bisa menjaga mata dari kerusakan dan kebutaan.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini menunjukkan keunggulan-keunggulan

produk yang dijual pada Indo Optik. Optik ini menyediakan lensa antiradiasi dan ultraviolet yang dapat menjaga mata dari kerusakan. Makna lainnya, kedua lensa tersebut, baik lensa anti radiasi maupun lensa ultraviolet, hanya dapat diperoleh di Indo Optik. Untuk itu, konsumen yang berminat untuk membeli lensa itu dapat memperolehnya di Indo Optik.

Frame+Lensa Emi Coat Cuma Rp: 100 ribu

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi tentang harga frame dan lensa merek *Emi Coat*.
- b. Ujaran ini mengimplikasikan adanya penawaran harga murah. Ada dua jenis barang yakni, *Frame* dan lensa *Emi Coat* yang dijual hanya dengan harga 100 ribu rupiah. Artinya, dengan biaya 100 ribu rupiah, calon pembeli akan mendapatkan dua jenis produk. Penawaran harga murah ini hanya dapat diperoleh di toko Indo Optik. Hal ini bertujuan agar calon pembeli yang berminat membeli kacamata dan sejenisnya dapat memperolehnya di Indo Optik.

KIR MATA GRATIS

- a. Makna utama dari ujaran berupa informasi tentang kir mata gratis yang diberikan Indo Optik.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini menunjukkan adanya penawaran gratis yakni berupa kir mata. Artinya, dengan mengunjungi optik Indo untuk membeli produk yang dijual, konsumen akan memperoleh pemeriksaan mata secara gratis. Dengan demikian, optik Indo memberikan jasa pemeriksaan mata tanpa dipungut biaya. Kir mata gratis belum tentu bisa diperoleh di optik-optik lain di Jogjakarta. Ini merupakan daya tarik yang diberikan oleh optik tersebut untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang ditawarkan.

Menerima Resep Dokter

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi bahwa optik ini menerima resep dokter.
- b. Ujaran ini mengimplikasikan bahwa optik ini memberikan layanan dalam menerima resep dokter. Jadi, optik ini tidak hanya menjual kaca mata dalam berbagai jenis, tetapi juga menerima resep dokter dari konsumen yang berminat mencari kacamata. Hal ini merupakan salah satu upaya yang diberikan oleh penjual dalam menarik minat pembeli karena tidak semua optik menerima layanan berupa resep dokter.

Sedia Bermacam-macam Kaca mata yang UP TO DATE

Berupa Keur Zonnebril Stofbrill Night & Day. Automatic Glass Dll

Juga tersedia Soft Lens & Contact Lens.

- a. Makna utama dari ujaran ini berupa informasi bahwa Optik Indo menyediakan bermacam-macam kacamata merek terbaru, *soft lens*, dan *contact lens*.
- b. Makna implikatur dari ujaran ini menunjukkan bahwa optik ini menyediakan berbagai jenis kacamata yang bermerek dari produk yang terbaru. Selain itu, optik ini juga menyediakan *Soft Lens* dan *Contact Lens*. Ini menunjukkan bahwa optik ini begitu lengkap dalam menjual berbagai jenis kacamata dengan merek-merek terkenal. Konsumen tidak perlu mencari optik lain karena optik ini sudah menyediakan begitu banyak jenis kacamata yang dibutuhkan. Calon pembeli/pembeli hanya bisa memperoleh kacamata merek terbaru di Optik Indo.

Secara umum, makna implikatur dari ujaran yang terdapat dalam iklan ini adalah untuk mengajak/membujuk calon pembeli datang ke Optik Indo yang menjual berbagai kacamata, *frame*, dan lensa dengan model terbaru dan harga yang murah. Penawaran berbagai model kacamata, *frame*, dan lensa merupakan daya tarik yang diciptakan pembuat iklan untuk menarik minat pembeli.

3. Simpulan

Pada dasarnya, tujuan sebuah iklan adalah untuk menawarkan sesuatu, baik berupa produk maupun jasa, dengan tujuan agar pembaca membeli produk tersebut. Berdasarkan lima data iklan yang terdapat pada *Iklan Niaga.com*, ujaran-ujaran yang terdapat pada iklan mengimplikasikan antara lain: penawaran potongan harga, penawaran keuntungan, penawaran lokasi strategis, penawaran bonus, penawaran keunggulan produk, penawaran kemudahan, penawaran harga murah, penawaran tipe produk, penawaran jasa/layanan, dan penawaran produk terbaru. Hal ini sesuai dengan tujuan iklan yang secara umum adalah untuk menawarkan produk barang atau jasa.

Daftar Pustaka

- Brown, Gillian dan George Yule. 1996. *Analisis Wacana*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Christina, Bratt Paulston, and G. Richard Tucker. 2003. *Sociolinguistics*. USA: Blackwell Publishing.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Levinson, Stephen C. 1991. *Pragmatics*. New York: Cambridge University Press.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Penerbit Citra Aditya Bakti.
- Sevilla, C.G., dkk. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI Press.
- Soemarmo. 1988. "Pragmatik dan Perkembangan Mutakhirnya" dalam Soenjono Dardjowidjojo (penyunting) 1988. *Pelba I (Pertemuan Linguistik Bahasa Atmajaya)*
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wijana, Dewa Putu. 1996. *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: PT Andi Yogyakarta.