

10.016

STRUKTUR KALIMAT BAHASA INDONESIA
DALAM IKLAN



PUSATAKAAN PUSAT UNIV. HASANUDDIN

Tgl. terima	19-9-2000
Asal dari	Hadiah
Banyakn. :	2 ekp
Harga	-
No. Inventaris	400914 020

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana Sastra
pada Fakultas Sastra
Universitas Hasanuddin

OLEH

YOSEFINA RUMAKIN

NOMOR POKOK : 93 07 156

MAKASSAR

1999

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS SAstra



Sesuai dengan surat penugasan Dekan Fakultas Sastra Universitas Hasanuddin nomor : 351/Jo4.10.1/PP/27/98 tanggal 8 September 1998 dengan ini kami menyatakan menerima dan menyetujui skripsi ini.

Makassar, November 1999

Konsultan I

(Prof. Dr. RABIANA S. BADUDU, M.S.)

Konsultan II

(Dr. MUH. DARWIS, MS)

Disetujui untuk diteruskan
Kepada Panitia Ujian skripsi

Dekan

• u.b. Ketua Jurusan/Ketua Program Studi

(Drs. HASAN ALI)

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS SASTRA

Pada hari ini, Senin tanggal 22 November 1999 Panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul **Struktur Kalimat Bahasa Indonesia dalam Iklan** yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra Jurusan/Program Studi Sastra Indonesia/Kebahasaan pada Fakultas Sastra Universitas Hasanuddin.



Makassar, November 1999

Panitia Ujian Skripsi

1. Drs. Hasan Ali
2. Dra. Nurhayati M. Hum
3. Drs. Arifin Usman, M.S.
4. Dra. Hj. B. Menggang Lussa
5. Prof. Dr. Hj. Rabiana S. Badudu, M.S.
6. Dr. Muh. Darwis, M.S.

Ketua

Sekretaris

Penguji I

Penguji II

Konsultan I

Konsultan II

(Handwritten signatures for each position)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala pengasihan-Nya dan bimbingan-Nyalah sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Penulisan skripsi ini adalah upaya penulis memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra Jurusan Sastra Indonesia pada Fakultas Sastra Universitas Hasanuddin. Ada berbagai rintangan yang penulis hadapi dalam upaya perampungan tugas ini, tetapi melalui ketekunan dan kerja keras yang disertai doa kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang, akhirnya penulisan skripsi ini dapat juga terselesaikan.

Penulis menyadari adanya berbagai kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis selalu membuka diri untuk menerima segala saran dan kritik yang sifatnya konstruktif dari berbagai pihak sebagai upaya penyempurnaan skripsi yang sederhana ini. Kritik tersebut tidak hanya berguna untuk memperbaiki karya penulis, tetapi juga berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang penulis geluti selama ini.

Dalam penulisan ini, penulis banyak mendapat bantuan, dorongan semangat dan bimbingan dari pihak yang penulis sangat hormati. Maka selanjutnya, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Prof. Dr. H. Rabiana. S. Badudu., M.S. dan Dr. Muh. Darwis. M.S. selaku konsultan I dan II yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan dengan tak kenal lelah sehingga skripsi ini dapat penulis rampungkan.;
2. Drs. H. Mustafa Makka, M.S. selaku Dekan Fakultas Sastra Universitas Hasanuddin.;
3. Drs. Hasan Ali dan Dra. Nurhayati, M. Hum. selaku ketua dan sekretaris Jurusan Sastra Indonesia.;
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing penulis menekuni berbagai mata kuliah dari awal hingga akhir studi di Fakultas Sastra Universitas Hasanuddin.;
5. karyawan Fakultas Sastra Universitas Hasanuddin yang telah melayani penulis dengan baik.;
6. kedua orang tua tercinta, yaitu Ayahanda E. Rombe dan Ibunda Debora S. serta kakak dan adik dan seluruh keluarga yang telah mendorong memberi semangat dan doa, demi tercapainya cita-cita penulis; dan


7. Teman-teman mahasiswa, yaitu Yortus, Rosa, Ida Leny dan seluruh teman yang lain yang tidak sempat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan bantuan dengan tulus kepada penulis selama ini.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak tersebut mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga pula karya ini dapat diterima sebagai sumbangan pikiran penulis yang ada nilainya untuk pembangunan Indonesia, khususnya sebagai bahasa nasional dan bahasa negara.

Makassar, November 1999

Penulis

ABSTRAK

 Skripsi ini berjudul "Struktur Kalimat Bahasa Indonesia dalam Iklan". Objek pengkajiannya adalah masalah struktur kalimat dalam iklan ditinjau dari segi struktur fungsionalnya. Dalam pembahasan masalah struktur kalimat bahasa Indonesia pada iklan dalam skripsi ini, penulis mencoba menggambarkan variasi struktur kalimat yang digunakan dalam iklan, jenis-jenis kalimat yang digunakan, dan ciri khas iklan ditinjau dari struktur kalimat tersebut.

Pengumpulan data dilakukan lewat penelitian pustaka dan penelitian lapangan dengan menggunakan teknik pengamatan dan teknik catat. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan metode deskriptif, yakni penelitian dilakukan hanya semata-mata berdasarkan fakta yang ada.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada struktur kalimat dalam iklan ditemukan struktur yang bervariasi. Berdasarkan variasi tersebut dapat dibedakan jenis kalimat yang digunakan, yaitu kalimat tunggal dan kalimat majemuk. Selanjutnya, dari variasi struktur kalimat yang ada dapat pula dirumuskan ciri khas iklan tersebut.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR SINGKATAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.1 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penulisan	9
BAB II. TINJAUAN MASALAH	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Kalimat	10
2.1.2 Struktur Kalimat dalam Bahasa Indonesia ..	12
2.1.3 Fungsi, Kategori, dan Peran dalam Kalimat.	13
2.1.4 Jenis-jenis Kalimat dalam Bahasa Indonesia	19
2.1.4.1 Kalimat Tunggal	21
2.1.4.2 Kalimat Majemuk	22

2.2	Hasil Penelitian yang Relevan	29
BAB III. METODE PENELITIAN		31
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Pengumpulan Data	32
3.2.1	Penelitian Pustaka	32
3.2.2	Penelitian Lapangan	33
3.3	Populasi Sampel	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel	34
3.4	Analisis Data	34
BAB IV. ANALISIS STRUKTUR KALIMAT BAHASA INDONESIA DALAM KALIMAT		36
4.1	Variasi-variasi Struktur dalam Kalimat ...	36
4.2	Jenis-jenis Kalimat yang Digunakan dalam Iklan Berdasarkan Struktur Kalimatnya	58
4.3	Ciri Khas Iklan Berdasarkan Struktur Kalimat	63
BAB V. PENUTUP		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		81

DAFTAR SINGKATAN

Adj	Adjektiva
Adv	Adverba
Dt	Data
FAdj	Frasa Adjektival
FAdv	Frasa Adverbial
Fperp	Frasa Preposisional
FN	Frasa Nominal
FV	Frasa Verbal
K	Keterangan
Kc	Keterangan cara
Konj	Konjungsi
Kt	Keterangan tempat
Kw	Keterangan waktu
N	Nomina
Num	Numeralia
O	Objek
P	Predikat
Prep	Preposisi
Pe.l	Pelengkap
S	Subjek
TN	Tabloid Wanita
V	Verba



1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Bahasa yang digunakan untuk menyatakan perasaan, mengungkapkan pikiran dan keinginannya kepada sesamanya. Bahasa merupakan alat penghubung vital antarmanusia sehingga tanpa bahasa kegiatan dan interaksi dalam masyarakat akan lumpuh.

Sebagai makhluk sosial, manusia setiap saat dihadapkan pada kebutuhan akan sesamanya. Untuk menyatakan kebutuhannya tersebut cara yang paling tepat yang ditempuh oleh manusia adalah dengan membahaskannya, baik secara lisan maupun secara tertulis. Dengan kata lain, bahasa memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial.

Dalam membahaskan pikiran, perasaan, dan keinginannya atau kebutuhannya tersebut, seseorang akan mengungkapkannya dalam bentuk tuturan yang tak lain adalah untaian kalimat. Untaian kalimat-kalimat tersebut kadang-kadang berupa untaian kalimat yang panjang ataupun sebaliknya berupa untaian kalimat yang pendek. Bahkan,

kalimat yang pendek tersebut dapat saja hanya terdiri atas satu kata, namun mengandung makna yang sangat luas. Dengan kata lain, manusia setiap saat selalu bergelut dengan kalimat untuk membahasakan pikiran, perasaan, dan keinginannya. Sebagaimana yang telah ditegaskan oleh Darwis (1984: 6) yang menyatakan bahwa "Berbahasa sebenarnya sama dengan berkalimat". Bahkan, lebih jauh dijelaskannya bahwa unsur terkecil dalam kegiatan berbahasa adalah berkalimat.

Dalam kehidupan sebagai makhluk sosial, pemilihan kalimat-kalimat yang tepat sangatlah penting agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam berkomunikasi dengan orang lain. Selain itu, setiap bahasa memiliki aturan-aturan tersendiri atau aturan-aturan yang sesuai dengan konvensi yang tidak dapat diubah dengan begitu saja oleh seseorang tanpa menimbulkan reaksi dari masyarakat lain atau orang lain. Untuk menghindari terjadinya penyimpangan terhadap aturan berbahasa yang sesuai dengan konvensi, maka masyarakat bahasa tersebut dituntut untuk memiliki pengetahuan dan pemahaman akan bahasa yang digunakannya tersebut. Apalagi bagi mereka yang aktivitas sehari-harinya berkaitan erat dengan bahasa, seperti guru, wartawan, sastrawan, pembuat iklan, dan lain-lain.

Iklan yang merupakan salah satu bentuk komunikasi tidak terlepas pula dari masalah bahasa. Sehubungan dengan

itu, pengetahuan dan pemahaman tentang bahasa dalam dunia periklanan sangatlah penting, termasuk pengetahuan tentang kalimat. Tujuan pemasangan atau pembuatan iklan adalah untuk memberitahukan kepada masyarakat sesuatu yang diiklankan tersebut agar pembaca atau pendengar atau penonton mengetahui dan tertarik terhadap isi pemberitahuan tersebut. Sesuatu yang hendak diberitahukan oleh pihak pembuat iklan, dapat diketahui oleh masyarakat apabila sudah dibahasakan, baik secara lisan maupun secara tertulis. Pemberitahuan itu, apabila dicermati dengan baik akan kita ketahui bahwa iklan tersebut terdiri atas satu atau dua bahkan lebih dari dua kalimat. karena itu, dapat dikatakan bahasa sangat memegang peranan yang penting dalam dunia periklanan.

Pada umumnya iklan berisi sesuatu yang disuguhkan atau ditawarkan atau dijual atau berupa ajakan. Agar pembaca tertarik dengan suguhan, tawaran, jualan, atau ajakan tersebut, maka dibutuhkan keahlian dan kreativitas dalam pembuatan iklan, termasuk keahlian dan kreativitas di bidang kebahasaan. Kreativitas di bidang kebahasaan khususnya kalimat mencakup pembuatan dan penyusunan kalimat-kalimatnya. Sekurang-kurangnya empat hal yang perlu diperhatikan oleh seseorang yang bergelut dalam pembuatan iklan sehubungan dengan kreativitas di bidang bahasa, khususnya kalimat. Keempat hal yang perlu

diperhatikan tersebut adalah masalah calon konsumen, masalah ruang dan atau waktu yang tersedia, masalah isi pesan iklan tersebut, dan masalah kemampuannya untuk menarik perhatian pembaca atau penonton dan pendengar.

Calon konsumen, dalam pembuatan iklan, harus menjadi perhatian seorang pembuat iklan atau pihak pembuat iklan. Hal itu dianggap sangat penting, karena tujuan pembuatan iklan adalah untuk menarik perhatian penonton atau pendengar dan pembaca pada produk yang ditawarkan tersebut. Sehubungan dengan itu, mengetahui dan memahami kepada siapa tawaran tersebut ditawarkan atau kepada lapisan masyarakat mana ditawarkan produk tersebut, sangatlah penting. Pengetahuan dan pemahaman akan calon konsumen sangat membantu dalam penyusunan kalimat-kalimat iklan, termasuk pemilihan istilah atau kata dari dialek daerah yang ada atau dari bahasa asing atau yang sudah umum. Ketepatan penyusunan kalimat, misalnya kalimat iklan yang singkat dan berstruktur dasar kalimat dalam bahasa Indonesia tentu akan begitu mudah dipahami dan dimengerti oleh semua lapisan masyarakat khususnya masyarakat Indonesia.

Ruang dan waktu dalam pembuatan iklan merupakan sesuatu yang perlu mendapat pertimbangan yang matang. Hal tersebut, dianggap sangat penting karena berhubungan erat dengan masalah komersial atau pengeluaran. Semakin sempit

ruang atau semakin singkat waktu yang digunakana, maka semakin sedikit pula biaya yang dikeluarkan untuk iklan tersebut. Sehubungan dengan masalah ketiga, yakni masalah isi pesan iklan, perlu diingat bahwa kalimat iklan itu harus memuat isi dan pesan secara utuh dan dapat dipahami dan dimengerti oleh penonton atau pembaca dan pendengar, tetapi juga sesingkat mungkin.

Selain masalah yang telah teruraikan di atas, masalah mampu tidaknya iklan tersebut menarik perhatian masyarakat merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan agar masyarakat lebih mudah mengingat apa yang diiklan tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keempat masalah tersebut saling terkait satu sama lain. Keempat masalah tersebut menjadi bahan pertimbangan dalam pembuatan iklan. Dengan kata lain, kalimat tersebut harus singkat, memasyarakat, memuat isi atau pesan yang utuh, dan mudah diingat. Untuk membuat kalimat yang seperti tersebut di atas dibutuhkan keahlian dan kemampuan berkreasi pembuat iklan. Oleh karena itu, pengetahuan dan pemahaman tentang kalimat tidak dapat diabaikan.

Tujuan utama pembuatan dan pemasangan iklan baik di media cetak ataupun media elektronik adalah memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang adanya produk yang diiklankan sehingga masyarakat tertarik kemudian

menggunakannya. Untuk itu, setiap produser iklan tentunya mempunyai cara tersendiri untuk menarik perhatian dan minat pembaca atau penonton. Hal ini, tentu tidak terlepas dari penggunaan bahasa. Demi mencapai tujuannya, maka kreativitas membuat kalimat cukup menentukan. terjadinya variasi-variasi struktur kalimat dalam iklan-iklan yang ada tidak dapat terelakkan lagi. Hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti struktur kalimat dalam bahasa iklan tersebut. Tulisan ini kemudian diberi judul "Struktur Kalimat Bahasa Indonesia dalam Iklan".

1.2 Identifikasi Masalah

Berbicara tentang struktur kalimat bahasa Indonesia, dalam hal ini struktur kalimat yang digunakan dalam iklan, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang mungkin timbul sehubungan dengan judul yang ada. Adapun permasalahan tersebut adalah sebagai berikut ini.

- 1) Variasi-variasi struktur kalimat dalam iklan.
- 2) Ditemukannya penggunaan struktur kalimat yang baru dalam iklan.
- 3) Jenis-jenis kalimat dalam iklan berdasarkan struktur kalimat yang ada.
- 4) Adanya struktur kalimat tertentu yang cenderung digunakan dalam iklan.

- 5) Perubahan struktur kalimat yang lazim demi mencapai tujuan pemasangan iklan.
- 6) Pengaruh struktur kalimat yang digunakan dalam iklan terhadap penerimaan penonton atau pendengar, atau pembaca.
- 7) Peranan struktur kalimat terhadap tercapainya tujuan pemasangan iklan.
- 8) Ciri khas bahasa iklan berdasarkan struktur kalimatnya.

1.3. Batasan Masalah

Masalah kebahasaan merupakan masalah yang sangat universal, maka untuk meneliti dan mengkajinya secara utuh dalam waktu yang singkat tidaklah mungkin. Sehubungan dengan itu, penulis hanya mengambil sebahagian saja yang berhubungan dengan kalimat, yakni menyangkut struktur kalimat, khususnya dalam bahasa iklan.

Berdasarkan masalah yang ada dalam identifikasi masalah di atas, maka penulis akan membahas tiga permasalahan saja dalam tulisan ini, yakni variasi-variasi struktur kalimat dalam iklan, jenis-jenis kalimat dalam iklan berdasarkan struktur kalimat, dan ciri khas bahasa iklan berdasarkan struktur kalimatnya.

Masalah penggunaan struktur kalimat yang baru dalam iklan dan adanya kecendrungan penggunaan struktur kalimat tertentu dalam iklan, penulis sengaja tidak membahasnya

secara tersendiri karena masalah ini akan terjawab dengan sendirinya dalam permasalahan pertama variasi-variati struktur kalimat iklan, sedangkan masalah pengaruh struktur kalimat yang digunakan dalam iklan terhadap penerimaan penonton atau pendengar, atau pembaca dan masalah peranan struktur kalimat terhadap tercapainya tujuan pemasangan iklan, juga tidak dibahas karena lebih mengarah pada penelitian ekstralinguistik serta membutuhkan penelitian yang langsung terjun ke tengah masyarakat. Begitu pula dengan masalah perubahan struktur kalimat yang lazim demi mencapai tujuan pemasangan iklan, masalah ini sebahagian akan terjawab dalam pembahasan tentang variasi-variati struktur kalimat dalam iklan dan juga memerlukan penelitian yang mengharuskan terjun ke tengah masyarakat atau termasuk penelitian ekstralinguistik.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian di atas, penulis dapat merumuskan dalam pertanyaan masalah-masalah dalam tulisan ini sebagai yang berikut.

- 1) Bagaimanakah variasi-variati struktur kalimat dalam iklan ?
- 2) Berdasarkan struktur kalimat yang ada, jenis-jenis kalimat apa saja yang digunakan dalam iklan ?

3) Bagaimanakah ciri khas bahasa iklan berdasarkan struktur kalimatnya ?

1.5 Tujuan Penulisan

Terungkapnya permasalahan yang ada sejelas mungkin merupakan tujuan utama sebuah penulisan karya ilmiah. Adapun tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk memberikan gambaran tentang variasi-variasi struktur kalimat dalam iklan;
- 2) Untuk menjelaskan jenis-jenis kalimat yang digunakan dalam iklan berdasarkan struktur kalimatnya; dan
- 3) Untuk mendeskripsikan ciri khas bahasa iklan berdasarkan struktur kalimatnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Berbicara mengenai masalah kalimat berarti kita tidak lepas dari masalah tata bahasa (sintaksis). Sintaksis adalah cabang linguistik yang secara khusus membahas cara membangun suatu kalimat. Berikut ini penulis akan menguraikan pengertian kalimat bahasa Indonesia yang dikemukakan oleh beberapa ahli bahasa.

2.1.1 Pengertian Kalimat

Batasan kalimat telah banyak dikemukakan oleh para ahli bahasa. Setiap pengertian atau defenisi yang dikemukakan hampir sama, dengan uraian masing-masing sesuai dengan unsur pembentuk kalimat itu sendiri. Rumusan pengertian yang telah dikemukakan oleh para ahli bahasa kemudian dipadukan oleh penulis untuk menghasilkan pengertian yang sempurna dan dijadikan sebagai landasan untuk pembahasan selanjutnya.

Kalimat adalah bagian terkecil ujaran atau teks yang mengungkapkan pikiran yang utuh secara ketatabahasaan (Moeliono dan Dardjowidjojo, ed., 1988: 254). Selanjutnya Keraf (1984: 14) mengemukakan bahwa kalimat adalah satuan

bagian ujaran yang didahului dan diikuti kesenyapan, sedangkan intonasinya menunjukkan bahwa bagian ujaran itu sudah lengkap. Pendapat ini mementingkan masalah intonasi sebagai penanda berakhirnya suatu ujaran atau belum.

Pendapat lain tentang kalimat dikemukakan oleh Foker (1983: 11), yaitu kalimat adalah ucapan bahasa yang mempunyai arti penuh dan batas keseluruhannya ditentukan oleh turun naiknya suara. Demikian juga Aliejabana (1978: 44) mengatakan bahwa kalimat adalah satuan kumpulan kata yang terkecil yang mengandung pikiran yang lengkap. Beliau menekankan pemikiran itu pada masalah kalimat. Selanjutnya, Parera (1980: 10) mengatakan bahwa kalimat adalah sebuah bentuk ketatabahasaan yang maksimal, tidak merupakan bagian dari konstruksi ketatabahasaan yang lebih besar dan lebih luas. Beliau menekankan pada konstruksi kalimat itu sendiri. Defenisi lain dikemukakan oleh Kridalaksana (1984: 83) bahwa (1) kalimat adalah satuan bahasa yang secara relatif berdiri sendiri, mempunyai pola intonasi final dan secara aktual maupun potensial terdiri dari klausa, (2) klausa bebas yang menjadi bagian kognitif percakapan, (3) konstruksi gramatikal yang terdiri atas satu atau lebih klausa yang ditata menurut pola tertentu, dapat berdiri sendiri sebagai satu kesatuan.

Dari beberapa pengertian di atas dapatlah dikatakan bahwa kalimat memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. bentuk ketatabahasaan yang maksimal
- b. satuan berintonasi final
- c. satuan yang mengandung pengertian yang utuh
- d. satuan bahasa yang secara relatif berdiri sendiri.

2.1.2 Struktur Kalimat dalam Bahasa Indonesia

Struktur kalimat menurut Verhaar (1990: 107) adalah susunan bagian-bagian kalimat dalam dimensi linier. Selanjutnya, Darwis (1982: 5) mengemukakan bahwa kalimat adalah unsur kalimat yaitu subjek (S), Predikat (P), Objek (O) dan Keterangan (K). Susunan unsur-unsur itu dalam dimensi linier disebut struktur kalimat.

Dalam bahasa Indonesia ditemukan beberapa struktur dasar yang sering digunakan. Menurut Mustakim (1994: 78) struktur kalimat bahasa Indonesia adalah sebagai berikut ini.

a. Struktur S-P

Pola dasar S-P dapat diturunkan menjadi beberapa kalimat luas dengan menambahkan keterangan-keterangan tertentu, dengan menambahkan dua pola atau lebih, dengan mengubah strukturnya, atau dengan mempertukarkan letak posisi unsur-unsurnya.

b. Struktur S-P-Pel

Seperti halnya struktur S-P, struktur ini dapat diperluas dengan menambahkan fungsi lainnya dengan tidak mempertukarkan posisinya.

c. Struktur S-P-O

Struktur S-P-O ini pun perluasannya dapat bervariasi, apalagi mengingat bahwa pola dasar ini berpredikat kata

kerja transitif, variasi perluasannya pun berbentuk pasif.

d. Struktur S-P-O-Pel


Struktur ini mempunyai predikat kalimat berupa kata kerja transitif. Oleh karena itu, perluasannya pun dapat bervariasi dengan bentuk pasif.

Perluasan keempat struktur kalimat yang diberikan di sini tentu masih terbuka diperluas dengan cara-cara lain.

Hal yang penting dalam hal ini adalah bahwa dengan memperluas struktur dasar tersebut kita diharapkan dapat memperluas kalimat secara sistematis dan logis sehingga informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami.

2.1.3 Fungsi, Kategori, dan Peran dalam Kalimat

Dalam membicarakan struktur kalimat, yang pertama harus diperhatikan adalah masalah fungsi, kategori, dan peran. Dalam kalimat, istilah subjek, predikat, objek, dan keterangan berhubungan dengan fungsi. Istilah nomina, verba, adjektiva dan adverbial berhubungan dengan peristilahan kategori, pelaku, penerima, penderita, dan lain-lain berkenaan dengan peristilahan peran kalimat. Untuk pembahasan selanjutnya kategori dan peran tidak dibahas secara mendalam, tetapi dititikberatkan pada masalah struktur fungsi kalimat dalam bahasa Indonesia.



1) Fungsi

Mengenai fungsi, Alisjahbana (1978: 79) menyebutkannya sebagai jabatan kalimat, Verhaar (1993: 70) menggunakan istilah fungsi. Untuk babak pembahasan selanjutnya, penulis mengambil istilah yang digunakan oleh Verhaar, yaitu fungsi, yang terdiri atas subjek, predikat, objek, pelengkap, dan keterangan.

b. Subjek

Subjek atau pokok kalimat adalah sesuatu yang tentangnya kita menyebutkan sesuatu (Verhaar, 1993: 74). Menurut Kridalaksana (1983: 159), subjek adalah bagian klausa yang berwujud nomina, yang menandai apa yang dikatakan oleh pembicara. Subjek adalah sesuatu yang dianggap berdiri sendiri dan tentangnya diberitakan sesuatu (Alisjahbana, 1983: 83).

Berdasarkan defenisi di atas, maka dapatlah dikatakan, subjek itu memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a) sesuatu dikatakan tentang;
- b) yang menandai pokok pembicaraan;
- c) sesuatu yang diberitakan.


Contoh: (1) Rumah itu bagus.

S P

b. Predikat

Predikat adalah salah satu unsur yang mutlak bagi kalimat, yang berupa klausa dan sering disebut sebagai

pusat klausa. Untuk lebih jelasnya penulis melihat pendapat para ahli bahasa seperti berikut ini.

Vehaar (1993: 72) mengatakan bahwa predikat atau sebutan, yaitu apa yang kita sebutkan tentang pokok . Predikat adalah apa yang dikerjakan atau dalam keadaan apa subjek itu (Alisjahbana, 1981: 81). Kemudian, Kridalaksana (1983: 137) mengatakan bahwa predikat adalah klausa yang menandai apa yang dikatakan oleh pembicara tentang subjek.

Batasan-batasan itu memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) yang mengatakan keadaan subjek;
- b) yang mengatakan apa yang dikatakan oleh pembicara;
- c) yang menandai pusat sebuah kalimat.

Contoh: (2) Mereka sedang membaca koran.

S P O

c. Objek

Objek dalam kalimat bahasa Indonesia adalah unsur kalimat yang berupa kata atau frasa yang melengkapi kata kerja predikat yang menerima perbuatan yang dinyatakan kata kerja itu dan dapat menjadi subjek dalam kalimat pasif. Fungsi objek hanya dapat ditemukan dalam kalimat yang predikatnya kata kerja transitif. Oleh karena itu, tidak semua kalimat bahasa Indonesia yang berpredikat

verba mempunyai objek. Dalam struktur kalimat bahasa Indonesia objek selalu berada di belakang predikat, tidak boleh mendahului predikat. Menurut Moeliono, ed., (1992: 263), yaitu:

- a) kategori katanya nomina atau frasa nominal;
- b) berada langsung di belakang verba transitif aktif tanpa preposisi;
- c) dapat menjadi subjek dalam kalimat pasif;
- d) dapat diganti dengan -nya.

Contoh: (3) Ibu sedang menjahit baju.

S P O

d. Pelengkap

Ciri-ciri pelengkap menurut Moeliono, ed., (1992: 263):

- a) kategori katanya dapat nomina, verba, atau adjektiva;
- b) berada di belakang verba semitransitif atau dwitransitif dan dapat didahului oleh preposisi;
- c) kalimatnya tidak dapat dijadikan bentuk pasif. Jika dapat dipasifkan pelengkap itu tidak dapat menjadi subjek;
- d) tidak dapat diganti dengan -nya, kecuali didahului oleh preposisi, selain di, ke, dari, dan akan.

Contoh: (4) Masalah pangan ditangani oleh pemerintah

S

P

Pel

e. Keterangan

Keterangan adalah kata atau kelompok kata yang menerangkan kata atau kelompok kata yang lain berupa predikat. Menurut Sehandi (1990: 9), karangan dalam kalimat biasanya bebas dan cakupan semantis keterangan lebih luas, yaitu membatasi kalimat atau seluruh kalimat. Perbedaannya dengan pelengkap adalah pelengkap pada umumnya wajib hadir untuk melengkapi konstruksinya, sedangkan keterangan tidak wajib hadir.

Bagian keterangan dalam kalimat bahasa Indonesia menyatakan banyak makna, namun yang sering ditemukan dalam pemakaian bahasa sehari-hari adalah sebagai berikut:

a) keterangan waktu

Contoh: (5) Kemarin Rini berangkat

b) keterangan instrumental

Contoh: (6) Andi memotong kayu dengan parang.

c) keterangan keseringan

Contoh: (7) Anjuran dokter menggosok gigi dua kali sehari

d) keterangan sebab (klausa)

Contoh: Ia tidak jadi berangkat karena hujan.

e) keterangan tempat

Contoh: (9) Ibu pergi ke pasar

f) keterangan tujuan

Contoh: (10) Kau harus mengerjakan tugasmu dengan cepat
agar cepat pulang.



g) keterangan cara

Contoh: (11) Dengan marah ibu mengempaskan tangannya.

h) keterangan penerima

Contoh: (12) Amir memberitahu hal itu kepada saya

1) keterangan peserta

Contoh: (13) Wanti pergi ke sekolah dengan adiknya setiap hari.

2) Kategori

Vehaar (1993: 70) menyebutkan dengan istilah kategori, sedangkan Kridalaksana menyebutkan sebagai kelas kata. Kategori adalah tataran dalam struktur sintaksis sesudah tataran fungsi. Pembagian kategori atau kelas kata dalam bahasa Indonesia yang dilakukan para ahli bahasa berbeda satu dengan lainnya.

Oleh karena banyaknya pembagian kelas kata dalam bahasa Indonesia sampai sekarang, penulis mengikuti pembagian kelas kata yang dikemukakan oleh Kridalaksana. Konsep kelas kata yang sebanyak tiga belas buah adalah sebagai berikut:

a. verba

h. demonstrativa

b. nomina

i. artikula

- | | |
|-----------------|-------------------|
| c. adjektiva | j. preposisi |
| d. pronomina | k. konjungsi |
| e. numeralia | l. kategori fatis |
| f. adverbialia | m. interjeksi |
| g. interogativa | |

3. Peran

Peran adalah tataran ketiga dalam struktur sintaksis dan terendah, jika dibandingkan dengan tataran fungsi dan kategori. Berhubungan dengan masalah makna dalam struktur kalimat.

Menurut Verhaar (1983: 91) istilah peran terdiri atas:

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| a. tindakan (aktif) | i. pelaku (agentif) |
| b. pengalaman (pasif) | j. tujuan (objektif) |
| c. tindakan refleksi (medial) | k. penerima (benefektif) |
| d. keadaan (statif) | l. alat (instrumntal) |
| e. hubungan (kopulatif) | m. tempat (lokatif) |
| f. keadaan (ekstensial) | n. waktu (temporal) |
| g. keberlangsungan (progresif) | o. sebab (kausatif) |
| h. milik (posesif) | |

2.1.4 Jenis-jenis Kalimat dalam Bahasa Indonesia

Jenis-jenis kalimat dapat dibedakan berdasarkan berbagai kriteria atau sudut pandang. Dalam kepustakaan

linguistik dan berbagai buku kita dapati banyak sekali istilah untuk menamakan jenis kalimat. Menurut Abdul Chaer (1990: 241) jenis kalimat dibagi atas:

- a. kalimat inti dan noninti
- b. kalimat tunggal dan majemuk
- c. kalimat mayor dan minor
- d. kalimat verbal dan non verbal

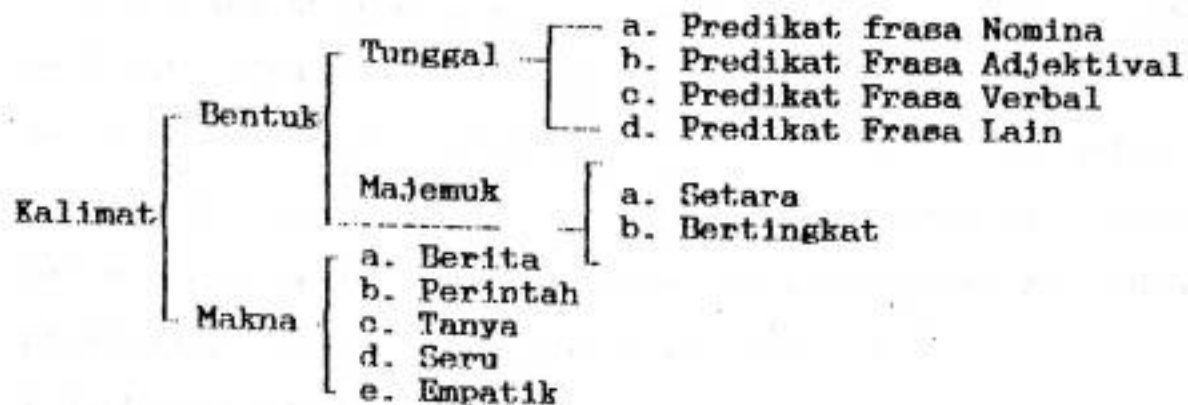
Menurut Keraf (1984: 143) kalimat dibagi atas:

- a. kalimat minim lawan kalimat panjang
- b. kalimat minor lawan kalimat mayor
- c. kalimat inti lawan kalimat transformasional.

Selanjutnya, menurut Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia (1992: 267) kalimat dapat dibagi menurut (a) bentuk, dan (b) maknanya (nilai komunikatifnya). Menurut bentuknya, kalimat ada yang tunggal dan ada yang majemuk. Berdasarkan macam predikatnya, kalimat tunggal dapat dibagi lagi atas kalimat yang berpredikat (1) nomina atau frasa nomina, (2) adjektiva atau frasa adjektival, (3) verba atau frasa verbal, dan (4) kata-kata lain seperti sepuluh, hujan dan sebagainya. Kalimat majemuk juga dapat dibagi lagi menjadi kelompok yang lebih kecil, yakni kalimat majemuk setara dan kalimat majemuk bertingkat.

Dari segi maknanya (nilai komunikatifnya) kalimat menjadi kalimat (1) berita, (2) perintah, (3) tanya, (4) seru, dan (5) empatik.

Secara diagramatik pembagian kalimat bahasa Indonesia adalah sebagai berikut:



Dalam pembahasan selanjutnya, penulis akan berpatokan pada pembagian kalimat menurut Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia. Berikut ini penulis akan menguraikan pembagian kalimat menurut bentuknya saja, sesuai dengan permasalahan yang ada pada Bab I.

2.1.4.1. Kalimat Tunggal

Bila suatu kalimat hanya mengandung satu pola kalimat, sedangkan perluasannya tidak lagi membentuk pola baru, maka kalimat semacam ini disebut kalimat tunggal. Dengan kata lain, kalimat tunggal adalah kalimat yang hanya terdiri atas dua unsur inti dan boleh diperluas dengan satu kutipan atau lebih unsur-unsur tambahan, asal unsur-unsur tambahan itu tidak boleh membentuk pola yang baru (Keraf, 1991:152).

Menurut Alisjahbana (1983:117) kalimat tunggal adalah sebuah kalimat yang dalam hubungannya kalimat-kalimat yang

banyak itu boleh dianggap berdiri sendiri, sedangkan menurut Moeliono (1992: 263) kalimat tunggal ialah kalimat yang terdiri atas satu klausa, yaitu satu subjek dan satu predikat. Meskipun kalimat tunggal, tetapi kalimat ini dapat dilengkapi dengan unsur-unsur berupa objek, keterangan, dan atau pelengkap. Dengan demikian, maka kalimat tunggal tidak selalu berwujud pendek, tetapi juga berwujud panjang seperti contoh berikut ini.

(14) Saya membaca.

(15) Saya membaca surat kabar.

(16) Saya membaca surat kabar kemarin.

(17) Saya membaca surat kabar dengan seksama.

2.1.4.2 Kalimat Majemuk

Menurut Keridakaksana (1984 : 84-85) kalimat majemuk adalah kalimat yang terdiri atas beberapa klausa bebas. Klausa bebas yang dimaksud adalah klausa yang secara potensial dapat berfungsi sebagai kalimat tunggal. Klausa bebas tersebut tetap menunjukkan pertalian makna atau hubungan antara satu dengan yang lain.

Verhaar (1990 : 102) mengatakan bahwa kalimat majemuk terdiri atas lebih dari satu konstituen yang berupa kalimat sendiri, sedangkan ramalan (1987: 49) dalam pembahasannya dengan menggunakan istilah kalimat majemuk,

melainkan menggunakan istilah kalimat luas, yaitu kalimat yang terdiri dari dua klausa atau lebih.

Keraf (1991 : 167) mengatakan bahwa kalimat majemuk adalah kalimat yang mengandung dua pola kalimat atau lebih.

Dari pengertian kalimat majemuk yang dikemukakananya Keraf merumuskan batasan-batasan yang lain untuk kalimat majemuk, sebagai berikut ini.

- 1) Kalimat majemuk, adalah kalimat tunggal yang bagiannya diperluas sedemikian rupa sehingga perluasan ini membentuk satu atau lebih pola kalimat yang baru di samping yang sudah ada.

contoh: (18) Anak itu menendang bola.

(19) Anak yang kau sebut kemarin itu,
menendang bola

- 2) Kalimat majemuk adalah penggabungan dari dua kalimat tunggal atau lebih sehingga kalimat yang baru ini mengandung dua pola kalimat.

Contoh: (20) Ayah menulis surat.

(21) Adik berdiri di sampingnya.

(22) Ayah menulis surat sambil adik

berdiri di sampingnya (Keraf, 1991:
167).

Berdasarkan batasan-batasan yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kalimat majemuk adalah kalimat yang memiliki dua atau lebih konstruksi subjek-predikat.

Kalimat majemuk dibagi atas tiga golongan, yakni kalimat majemuk setara (koordinatif), kalimat majemuk bertingkat (subordinatif), dan kalimat majemuk campuran (kompleks).

1) Kalimat Majemuk Setara (Kordinatif)

Moeliono (1992: 307) mengatakan bahwa lebih dari empat baris kalimat majemuk setara adalah gabungan dua klausa atau lebih yang masing-masing mempunyai kedudukan yang sama dalam struktur konstituen kalimat dengan menghasilkan satuan yang sama juga kedudukannya. Selanjutnya, Alisjahbana (1990: 161) menyebutkan bahwa hubungan yang terdapat pada kalimat majemuk setara adalah hubungan antara klausa yang satu dengan klausa yang lain sama tingkatnya: klausa yang satu disejajarkan dengan klausa yang lain. Ramlan (1987: 53) mengistilahkan dengan kalimat luas yang setara, mengatakan kalimat luas yang setara adalah kalimat yang terdiri atas klausa-klausa yang berdiri sendiri sebagai klausa yang setara; tidak merupakan bagian dari klausa yang lainnya.

Batasan kalimat majemuk setara yang dikemukakan oleh para ahli tersebut di atas, mempunyai inti yang sama, yaitu merupakan kalimat majemuk yang hubungan antara klausanya mempunyai kedudukan yang sama atau sederajat.

Contoh:

- (23) Ibu menjahit baju dan bapak membaca koran.
- (24) Ia malas belajar, tetapi ia ingin naik kelas.
- (25) Engkau harus pergi sekarang atau engkau akan ketinggalan kereta.

Kalimat (23) di atas dibentuk dari dua kalimat tunggal 'Ibu menjahit baju, Bapak membaca koran'. Kalimat tersebut dibentuk dari dua kalimat tunggal yang sama tingkatannya atau setara. Ibu menjahit baju, merupakan pola pertama yang dapat berdiri sendiri tanpa kehadiran pola lain. Begitu juga halnya dengan pola kedua.

Hubungan setara seperti yang telah diuraikan di atas disebut hubungan menggabungkan, yang lebih dikenal dengan kalimat majemuk setara menggabungkan.

Kalimat (24) tetap menunjukkan hubungan yang setara, tetapi aspek yang disertakan menunjukkan pertentangan. Hubungan semacam ini kita sebut hubungan setara mempertentangkan. Hubungan setara yang lain adalah hubungan setara memilih. Hubungan setara ini terlihat pada contoh (25).

Batasan kalimat majemuk setara yang dikemukakan oleh para ahli tersebut di atas, mempunyai inti yang sama, yaitu merupakan kalimat majemuk yang hubungan antara klausanya mempunyai kedudukan yang sama atau sederajat.

Contoh:

- (23) Ibu menjahit baju dan bapak membaca koran.
 (24) Ia malas belajar, tetapi ia ingin naik kelas.
 (25) Engkau harus pergi sekarang atau engkau akan ketinggalan kereta.

Kalimat (23) di atas dibentuk dari dua kalimat tunggal 'Ibu menjahit baju, Bapak membaca koran'. Kalimat tersebut dibentuk dari dua kalimat tunggal yang sama tingkatannya atau setara. Ibu menjahit baju, merupakan pola pertama yang dapat berdiri sendiri tanpa kehadiran pola lain. Begitu juga halnya dengan pola kedua.

Hubungan setara seperti yang telah diuraikan di atas disebut hubungan menggabungkan, yang lebih dikenal dengan kalimat majemuk setara menggabungkan.

Kalimat (24) tetap menunjukkan hubungan yang setara, tetapi aspek yang disertakan menunjukkan pertentangan. Hubungan semacam ini kita sebut hubungan setara mempertentangkan. Hubungan setara yang lain adalah hubungan setara memilih. Hubungan setara ini terlihat pada contoh (25).

Dengan memperhatikan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kalimat majemuk setara dapat diklasifikasikan menurut bentuk kesetaraan atau kesejajaran antara pola-pola yang membentuk kalimat majemuk tersebut. Dengan demikian, kalimat majemuk setara dapat digolongkan menjadi tiga golongan besar, yaitu kalimat majemuk setara menggabungkan, kalimat majemuk setara mempertentangkan, dan kalimat majemuk setara memilih.

2) Kalimat Majemuk Bertingkat (Subordinatif)

Kalimat majemuk bertingkat adalah kalimat yang hubungan pola-polanya tidak sederajat. Bagian yang lebih tinggi kedudukannya disebut induk kalimat, sedangkan yang lebih rendah disebut anak kalimat (Keraf, 1984: 168).

Chear (1994: 144) menjelaskan bahwa kalimat majemuk bertingkat adalah kalimat yang hubungan antar klausa-klausanya tidak sederajat atau tidak setara. Klausa yang satu merupakan klausa atasan, dan klausa yang lain merupakan klausa bawahan. Kedua klausa ini biasanya dihubungkan dengan konjungsi subordinatif, seperti kalau, ketika, meskipun, karena, dan lain-lain.

Ramlan (1987: 53) menyatakan dengan istilah kalimat luas yang tidak setara. Dengan menjelaskan bahwa pada kalimat luas yang tidak setara klausa yang satu merupakan bagian dari klausa yang lain. Klausa yang merupakan bagian yang lainnya itu disebut sebagai klausa bawahan, sedangkan

klausa lainnya dinamakan klausa inti (klausa utama). Jadi, terdiri atas klausa inti dan klausa bawahan.

Alisjahbana (1990:152) tidak mengaitkan pengelompokkan kalimat majemuk atas setara dan bertingkat ini dengan istilah koordinatif dan subordinatif. Akan tetapi, secara tersirat ia menyatakan bahwa yang dimaksud dengan kalimat majemuk bertingkat, yaitu kalimat yang salah satu klausanya itu dapat diganti dengan kata atau rangkaian kata yang menduduki suatu jabatan tertentu pada kalimat.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapatlah disimpulkan bahwa kalimat majemuk bertingkat adalah kalimat yang terdiri atas klausa bebas dan klausa terikat. Berdasarkan hubungan antarklausanya itu klausa yang satu itu merupakan bagian dari klausa yang lain. Klausa yang merupakan bagian dari klausa lainnya dinamakan klausa bebas.

Contoh: (26) Andi tidak lulus ujian kemarin karena malas belajar

Kalimat di atas merupakan kalimat majemuk bertingkat yang tiap-tiap klausanya dihubungkan oleh subordinatif karena.

Kalimat majemuk bertingkat, seperti kita ketahui, ditandai oleh penggunaan kata sambung subordinatif. Dalam hal ini, terdapat paling kurang tiga belas jenis hubungan.

- a. Hubungan waktu, menggunakan subordinatif seperti semenjak, (se) waktu, tatkala, seraya, selagi, sementara, sambil, ketika, sebelum, seusai, begitu, sehabis, dan sampai.
- b. Hubungan syarat, subordinatif yang dipakai adalah jika lalu, seandainya, andaikata, andaikan, asalkan, apabila, kalau, bilamana, dan jika.
- c. Hubungan tujuan memakai subordinatif seperti agar, supaya, dan biar.
- d. Hubungan konsesif, subordinator yang bisa dipakai adalah walau, meskipun, sekalipun, biar (pun), kendati (pun).
- e. Hubungan perbandingan, subordinatornya adalah ibarat, bagaikan, laksana, sebagaimana, daripada, seperti, dan lain-lain.
- f. Hubungan sebab, menggunakan subordinator seperti sebab, karena, dan oleh karena.
- g. Hubungan akibat menggunakan subordinator seperti sampai dan maka.
- h. Hubungan cara menggunakan subordinator dengan.
- i. Hubungan kenyataan, subordinator, yang digunakan adalah padahal, dan sedangkan.
- j. Hubungan sangkalan, subordinator yang lazim digunakan adalah seakan (-akan) dan seolah-olah.
- k. Hubungan hasil menggunakan subordinator makanya.

1. Hubungan penjelasan, subordinator yang digunakan adalah bahwa.
- m. Hubungan atribut, subordinator yang digunakan adalah yang.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Dalam pengumpulan data sehubungan dengan struktur kalimat, penulis memperhatikan beberapa hasil penelitian berupa tulisan dalam bentuk skripsi. Tulisan tersebut mempunyai relevansi dengan judul "Struktur Kalimat Bahasa Indonesia dalam iklan".

Adapun hasil penelitian yang relevan di antaranya adalah skripsi yang ditulis oleh Muhammad Darwis (1982) yang berjudul "Struktur Kalimat Bahasa Indonesia" dalam siaran TVRI. Tulisan tersebut membahas struktur kalimat bahasa Indonesia dengan membandingkan kalimat berita TVRI pusat dengan TVRI Ujung Pandang, TVRI pusat dengan surat kabar Kompas dan TVRI Ujung Panang dengan surat kabar Pedoman Rakyat.

Selanjutnya, skripsi Farida (1991) dengan judul "Struktur kalimat berita Dalam media massa" membahas pola dasar kalimat berita bahasa Indonesia dan struktur kategorial kalimat berita bahasa Indonesia dalam media massa, khususnya surat kabar Kompas dan majalah Tempo.

Kemudian yang berhubungan dengan bahasa iklan, yaitu skripsi yang ditulis oleh Kamaruddin Langgole dengan judul "Laras Bahasa Iklan". Dalam tulisan tersebut dibahas keefektifan/penggunaan kata dalam bahasa iklan dan variasi pola kalimat bahasa iklan.

Dengan demikian, berdasarkan pengamatan penulis belum ada yang mengkaji bahasa iklan dari segi struktur kalimatnya secara khusus dan dari segi sintaksis secara umum.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Langkah awal dari desain penelitian ini adalah mencoba memahami hasil-hasil yang telah diperoleh sebelumnya, baik melalui pemahaman apa yang sudah dibaca (teks) maupun mengenai penelitian ini. Hal ini dimaksudkan agar proses penelitian yang sudah dicanangkan itu dapat terlaksana dengan baik. Hal tersebut dapat menghindari kemungkinan-kemungkinan adanya kontradiksi atau pun tumpang-tindih hasil-hasil yang diperoleh sebelum analisis objek ini.

Penelitian terhadap struktur kalimat dalam bahasa iklan dimulai dengan melakukan pemahaman terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pokok masalah yang diungkapkan dalam penelitian bersangkutan. Kemudian, mencoba memahami struktur kalimatnya, baik dalam bentuk yang belum diformulasikan maupun penerapan strukturnya yang dipakai oleh sejumlah peneliti bahasa dalam menganalisis kalimat bahasa Indonesia.

Langkah awal desain analisis terhadap struktur kalimat dalam bahasa iklan adalah menfokuskan hipotesisnya yang diduga bisa sejalan dengan tujuan analisis yang akan

dibuat berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Demikian juga diupayakan sejalan dengan landasan teori yang digunakan sebagai bentuk teori bentuk dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut, dapat dinyatakan bahwa jawaban terhadap pokok masalah dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui analisis yang didukung kalimat bersangkutan.

3.2 Pengumpulan Data

Dalam tahap pengumpulan data, penulis melakukan penelitian pustaka dan penelitian lapangan untuk memperoleh data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui penelitian lapangan yang dijadikan objek penelitian dalam penulisan ini.

3.2.1 Penelitian Pustaka

Metode penelitian pustaka adalah penelitian dengan menggunakan sumber-sumber tertulis untuk memperoleh data. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan pengertian dasar tentang masalah yang akan dibahas. Masalah yang dimaksudkan adalah struktur kalimat yang digunakan dalam bahasa iklan. Di samping itu pula, penelitian pustaka bertujuan untuk mendapatkan pandangan yang dijadikan landasan dalam membaca objek penelitian. Cara penelitian

pustaka ini dilakukan membaca buku-buku yang ada relevansinya dengan masalah yang dibahas/diteliti.

3.2.2 Penelitian Lapangan

Metode penelitian lapangan ini dimaksudkan untuk mendapatkan data primer. Data yang dimaksud adalah bahasa iklan, baik yang disiarkan televisi swasta maupun yang ditulis di media cetak (Tabloid Nova). Untuk mendapatkan data primer, penulis menggunakan teknik pengamatan dan teknik catat

Teknik pengamatan, yaitu mengamati secara langsung penggunaan kalimat pada bahasa iklan, baik yang disiarkan televisi maupun yang ditulis ditabloid Nova, yang menjadi sumber pengambilan data.

Teknik catat, yaitu suatu teknik yang dilakukan dengan cara mencatat data hasil pengamatan. Data tersebut kemudian dimasukkan dalam kartu data yang segera dilanjutkan dengan klasifikasi (Sudaryanto, 1984: 4), dalam hal ini penulis mengklasifikasikan kalimat tersebut berdasarkan bentuk dan strukturnya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah kalimat-kalimat iklan dari televisi swasta dan Tabloid

Nova. Data yang diambil dari televisi swasta, yaitu iklan berupa kalimat yang ditayangkan oleh RCTI dan INDOSIAR mulai bulan April sampai dengan Juli 1998, sedangkan dari Tabloid Nova terbitan Jakarta edisi April sampai Juni 1998.

Terpilihnya televisi swasta dan tabloid Nova karena banyak menyiarkan dan memuat iklan ragam bahasa yang bervariasi dan di samping itu juga mudah penulis dapatkan.

3.3.2 Sampel

Populasi sumber data sangat banyak sehingga pengambilan data dilakukan dengan teknik purposif. Jadi, data yang diambil sebagai sampel sesuai dengan kebutuhan untuk mempermudah analisis selanjutnya, yaitu sejumlah kalimat iklan (terlampir).

3.4 Analisis Data

Dalam rangka melakukan analisis data, penulis menerapkan pendekatan struktural. Pendekatan ini telah lazim digunakan oleh peneliti bahasa. Dengan pendekatan struktural maka semua data yang berupa kalimat dalam bahasa iklan dibagi berdasarkan satuan-satuan pembentuknya. Satuan-satuan tersebut dapat berupa klausa, frasa, atau kalimat, yang masing-masing menduduki struktur

fungsi sintaksis, terutama dalam kalimat, yaitu subjek (S), predikat (P), objek (O), pelengkap (pel) dan keterangan (K).

Hasil analisis tersebut akhirnya dipaparkan sesuai dengan apa adanya dengan menggunakan metode deskriptif. Hal ini sejalan dengan pendapat Sudaryanto (1992: 62) yang menjelaskan sebagai berikut ini.

"Istilah deskriptif mengisyaratkan bahwa penelitian yang dilakukan semata-mata berdasarkan data yang ada atau fenomena-fenomena yang secara empirik hidup pada penuturnya, sehingga yang dihasilkan yang dicatat berupa pemerian bahasa yang biasanya dikatakan seperti potret; paparan apa adanya".

BAB IV
ANALISIS STRUKTUR KALIMAT
BAHASA INDONESIA DALAM IKLAN

Analisis data ini pembahasannya dibagi atas tiga pokok pembicaraan sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Pokok pembahasan yang pertama adalah mengenai variasi-variasi struktur kalimat yang digunakan dalam iklan, yang kedua adalah jenis-jenis kalimat yang digunakan berdasarkan struktur kalimatnya dan yang ketiga adalah ciri khas bahasa iklan dilihat dari struktur kalimatnya.

4.1 Variasi-variasi Struktur Kalimat

Pada bagian 4.1 ini penulis akan menganalisis bagaimana variasi-variasi struktur kalimat yang ada dalam bahasa iklan. Berikut ini akan dianalisis menurut struktur fungsinya.

(1) Kijang memang tiada duanya (Dt.1)

Kalimat tersebut dibentuk oleh dua unsur, yaitu unsur kijang yang berfungsi sebagai subjek. Unsur kijang

merupakan nama suatu produk mobil, dalam kalimat tersebut menjadi inti pembicaraan. Unsur memang tiada duanya merupakan predikat karena memberikan penjelasan terhadap kijang (S).

Jadi struktur fungsional kalimat (1) adalah:

Kijang memang tiada duanya

.....
S P

(2) Kansas langkah pasti (Dt. 2)

Kalimat tersebut mempunyai struktur yang sama dengan kalimat sebelumnya (kalimat 1), yaitu dibentuk oleh dua unsur. Kansas yang berfungsi sebagai subjek dan unsur langkah pasti berfungsi sebagai predikat. Unsur Kansas dikatakan sebagai subjek karena dalam kalimat tersebut menjadi pokok pembicaraan.

Jadi, struktur fungsional kalimat (2) adalah:

Kansas langkah pasti.

.....
S P

(3) Nutrima susu bergizi tinggi (Dt.14)

Kalimat tersebut terdiri atas unsur nutrima yang berfungsi sebagai subjek dan unsur susu bergizi tinggi

berfungsi sebagai predikat. Unsur *nutrinya* merupakan nama suatu produk makanan, dalam kalimat tersebut menjadi inti pembicaraan. Unsur *susu bergizi tinggi* berfungsi sebagai predikat karena apa yang dinyatakan oleh subjek (*nutrinya*) sama dengan apa yang dinyatakan oleh predikat. Dengan kata lain, fungsi predikat ini merupakan identitas diri dari subjek. Hal ini akan lebih jelas apabila menggunakan kata sambung adalah sehingga kalimatnya berbunyi:

(3) *Nutrinya* adalah *susu bergizi tinggi*.

Jadi, struktur fungsional kalimat (3) adalah :

Nutrinya *susu bergizi tinggi*.

S

P

(4) *Blue Band Margarine lezat bervitamin* (Dt. 15)

Kalimat tersebut terdiri atas dua unsur, yaitu unsur *Blue Band Margarine* berfungsi sebagai subjek dan unsur *lezat bervitamin* berfungsi sebagai predikat. Unsur *Blue band Margarine* adalah nama sebuah produk makanan yang menjadi pokok pembicaraan dalam kalimat tersebut. Unsur *lezat bervitamin* merupakan penjelasan terhadap (*Blue Band Margarine*).



Jadi, struktur fungsional kalimat (4) adalah
Blue Banda Margarine lezat bervitamin

S

P

(5) Sari Ayu mempercantik wanita Indonesia (Dt. 3).

Pada kalimat tersebut subjek diduduki oleh unsur Sari Ayu, predikat diduduki oleh unsur mempercantik, dan wanita Indonesia adalah objek. Unsur Sari Ayu merupakan nama suatu produk kecantikan, menduduki fungsi subjek Sari Ayu menjadi pokok pembicaraan. Unsur mempercantik berfungsi sebagai predikat karena unsur ini termasuk kata kerja yang artinya membuat cantik. Unsur wanita Indonesia sebagai objek karena merupakan yang dikenai tindakan yang dilakukan oleh S (Sari Ayu).

Jadi, struktur fungsional kalimat (5) adalah:

Sari Ayu mempercantik wanita Indonesia

S

P

O

(6) Batuk dijamin oleh Komix (Dt. 4).

Kalimat tersebut dibentuk oleh unsur batuk yang berfungsi sebagai subjek, unsur dijamin yang berfungsi sebagai predikat, dan unsur oleh Komix berfungsi sebagai pelengkap. Unsur batuk disebut sebagai subjek karena menjadi pokok pembicaraan dalam kalimat tersebut. Unsur

dijamin disebut sebagai predikat karena termasuk kata kerja yang ditandai dengan prefiks di-. Unsur oleh komix disebut sebagai pelengkap merupakan bagian yang melengkapi predikat.

Jadi, struktur fungsional kalimat (6) adalah:

Batuk dijamin oleh Komix

S P Pel

(7) Laserin obat batuk untuk seluruh anggota keluarga
(Dt. 16).

Kalimat tersebut terdiri atas unsur laserin berfungsi sebagai subjek, unsur obat batuk berfungsi sebagai predikat dan unsur untuk seluruh anggota keluarga berfungsi sebagai keterangan.

Unsur Laserin merupakan nama produk obat-obatan yang menjadi inti pembicaraan dalam kalimat tersebut. Unsur obat batuk berfungsi sebagai predikat karena merupakan identitas dari subjek dan dapat dilengkapi dengan adalah. Unsur untuk seluruh anggota keluarga berfungsi sebagai keterangan, hal ini ditandai dengan adanya kata untuk yang menyatakan kegunaan bagi pemakai obat batuk tersebut.

Jadi, struktur fungsional kalimat (7) adalah:

Laserin obat batuk untuk seluruh anggota keluarga.

S

P

Ket

(8) Sabun SS pelindung dari air tak bersih (Dt. 6).

Kalimat tersebut terdiri atas unsur sabun SS berfungsi sebagai subjek, unsur pelindung berfungsi sebagai predikat dan unsur dari air tak bersih berfungsi sebagai keterangan. Unsur sabun SS merupakan nama suatu produk yang dalam kalimat tersebut menjadi inti pembicaraan. Unsur pelindung merupakan predikat karena memberikan penjelasan terhadap S (sabun SS). Unsur dari air tak bersih sebagai pelengkap karena berada di belakang kata kerja semi transitif (pelindung) dan juga diikuti oleh preposisi dari.

Jadi, struktur fungsional kalimat (8) adalah:

Sabun SS pelindung dari air tak bersih.

S

P

Ket

(9) Nyamuk sini cuma takut tiga roda (Dt. 5).

Kalimat tersebut terdiri atas unsur nyamuk yang berfungsi sebagai subjek, unsur sini berfungsi sebagai keterangan, unsur cuma takut berfungsi sebagai predikat dan unsur tiga roda berfungsi sebagai pelengkap. Unsur nyamuk merupakan inti pembicaraan dalam kalimat tersebut. Unsur sini sebagai keterangan karena menunjuk pada

keterangan tempat, sebenarnya dalam kalimat tersebut ada preposisi di menjadi di sini. Unsur cuma, takut sebagai predikat karena merupakan kata kerja intransitif. Unsur Tida Roda berfungsi sebagai pelengkap karena berada di belakang kata kerja intransitif.

Jadi, struktur fungsional kalimat (9) adalah:

Nyamuk	sini	cuma	takut	Tiga Roda
S	Kt	P		Pel

(10) Acnol cara paling cepat hilangkan jerawat

(Dt. 17).

Kalimat tersebut terdiri atas subjek yang diduduki oleh unsur Acnol, keterangan diduduki oleh unsur cara paling cepat . . . predikat diduduki oleh unsur hilangkan (menghilangkan) dan objek diduduki oleh unsur jerawat.

Unsur Acnol merupakan nama suatu produk kecantikan menduduki fungsi subjek karena menjadi inti pembicaraan. Unsur cara paling cepat merupakan keterangan cara bagaimana menghilangkan jerawat adalah objek karena merupakan yang dikenai tindakan yang dilakukan oleh Acnol (S).

Jadi, struktur fungsional (10) adalah :

Acnol cara paling cepat menghilangkan jerawat
 S Ke P O

(11) Viva kosmetik terbukti paling sesuai untuk daerah tropis (Dt. 18)

Kalimat tersebut terdiri atas unsur viva kosmetik berfungsi sebagai subjek, unsur terbukti paling sesuai berfungsi sebagai predikat, dan unsur untuk daerah tropis berfungsi sebagai keterangan. Unsur viva kosmetik merupakan suatu produk kecantikan yang menjadi pokok pembicaraan dalam kalimat tersebut. Unsur terbukti paling sesuai sebagai predikat karena menjelaskan tentang viva kosmetik (S). Unsur untuk daerah tropis sebagai keterangan. Pada kalimat tersebut kita merasakan adanya penegasan tentang produk iklan ini dengan adanya kata paling.

Jadi, struktur fungsional kalimat (11) adalah:

Viva kosmetik	terbukti paling sesuai	untuk daerah
S	P	Ket
-----	-----	-----
tropis		

(12) Susu 123 penting untuk masa pertumbuhan

(Dt. 19).

Pada kalimat tersebut subjek diduduki oleh unsur susu 123, predikat diduduki oleh unsur penting dan keterangan diduduki oleh unsur untuk masa pertumbuhan.

Unsur susu 123 sebagai subjek karena merupakan pokok pembicaraan dalam kalimat tersebut, yang merupakan nama suatu produk iklan susu. Unsur penting sebagai predikat karena memberikan penjelasan terhadap susu 123 (S). Unsur untuk masa pertumbuhan sebagai keterangan tujuan karena menjelaskan bahwa usia anak 1, 2, dan 3 tahun merupakan masa atau waktu yang memerlukan susu untuk pertumbuhannya.

Jadi, struktur fungsional kalimat (12) adalah:

Susu 123	penting	untuk masa pertumbuhan.
S	P	Ket
-----	-----	-----

(13) Sarimie dari aromanya terbayang kelesatannya

(Dt. 7).

Kalimat tersebut terdiri atas unsur sarimie yang berfungsi sebagai subjek, unsur dari aromanya berfungsi sebagai keterangan, unsur terbayang berfungsi sebagai pelengkap, dan unsur kelezatannya berfungsi sebagai pelengkap.

Unsur Sarimie merupakan nama suatu produk makanan yang menjadi inti pembicaraan. Unsur dari aromanya sebagai keterangan asal menjelaskan tentang dari mana terbayang kelezatannya. Unsur terbayang sebagai predikat karena merupakan kata kerja intransitif. Unsur kelezatannya sebagai pelengkap yang merupakan pelengkap karena berada dibelakang kata kerja intransitif.

Jadi, struktur fungsional kalimat (13) adalah:

Sarimie	dari aromanya	terbayang	kelezatannya
-----	-----	-----	-----
S	Ket	P	Pel

(14) Sakit kepala lenyap dalam sekejap dengan Oskadon

(Dt. 20).

Pada kalimat tersebut, subjek diduduki oleh unsur sakit kepala, predikat diduduki oleh unsur lenyap, keterangan diduduki oleh unsur dalam sekejap dan pelengkap diduduki oleh unsur dengan Oskadon. Unsur sakit kepala sebagai subjek karena menjadi inti pembicaraan dalam

kalimat tersebut. Unsur lenyap sebagai predikat karena memberikan penjelasan terhadap sakit kepala dalam sekejap sebagai keterangan waktu karena menjelaskan kapan sakit kepala lenyap dengan Oskadon. Unsur dengan Oskadon merupakan pelengkap karena hal ini ditandai dengan adanya potensi dengan.

Jadi, struktur fungsional kalimat (14) adalah:

Sakit kepala	lenyap	dalam sekejap	dengan Oskadon
-----	-----	-----	-----
S	P	Kw	Pel

(15) Saka Ginseng minuman orang-orang spesial

(Dt. 8).

Pada kalimat tersebut Saka Ginseng berkedudukan sebagai subjek, unsur minum orang-orang yang spesial berkedudukan sebagai predikat. Unsur Saka Ginseng sebagai subjek karena menjadi pokok pembicaraan dalam kalimat tersebut. Unsur minuman orang-orang spesial sebagai predikat karena memberikan penjelasan terhadap Saka Ginseng (S).

Jadi, struktur fungsional kalimat (15) adalah:

Saka Ginseng	minuman orang-orang spesial.
-----	-----
S	P

(16) Lancar ASI memperlancar terbentuknya ikatan batin yang kuat (Dt. 21).

Kalimat tersebut terdiri atas unsur lancar ASI berfungsi sebagai subjek, unsur memperlancar berfungsi sebagai predikat, unsur terbentuknya ikatan batin yang kuat berfungsi sebagai objek.

Unsur lancar ASI merupakan nama sebuah produk makanan dalam kalimat tersebut berfungsi sebagai subjek karena menjadi inti pembicaraan. Unsur memperlancar sebagai predikat karena kata tersebut termasuk kata kerja transitif, yang ditandai dengan prefiks memper-. Unsur terbentuknya ikatan batin yang kuat sebagai objek karena berada di belakang kata kerja yang merupakan tindakan dari subjek (lancar ASI).

Jadi, struktur fungsional kalimat (16) adalah:

Lancar	ASI	memperlancar	terbentuknya	ikatan	batin
-----					-----
S		P			O
yang	kuat.				

(17) Saya selalu memakai honey soft unicharm

(Dt. 22).

Kalimat tersebut terdiri atas unsur saya yang berfungsi sebagai subjek, selalu berfungsi sebagai keterangan, unsur memakai berfungsi sebagai predikat dan honey soft unicharm berfungsi sebagai objek.

Unsur saya sebagai subjek karena menjadi pelaku dalam kalimat tersebut. Siapa yang selalu memakai honey soft unicharm? Jawabannya saya. Jadi, saya berkedudukan sebagai subjek. Unsur selalu sebagai keterangan karena memberikan penjelasan terhadap predikat (memakai). Unsur memakai sebagai predikat karena termasuk kata kerja, hal ini ditandai dengan walan me- transitif. Unsur honey soft unicharm merupakan sebuah nama produk yang berfungsi sebagai objek, yang dikenai tindakan pelaku saya (S).

Jadi, struktur fungsional kalimat (17) adalah:

Saya	selalu	memakai	honey soft unicharm.
-----	-----	-----	-----
S	K	P	O

(18) Sasa melesatkan setiap masakan (Dt. 23).

Kalimat tersebut dibentuk oleh unsur sasa yang berfungsi sebagai subjek. Unsur melesatkan berfungsi sebagai predikat dan unsur setiap masakan berfungsi sebagai objek. Unsur sasa sebagai subjek karena menjadi inti pembicaraan dalam kalimat tersebut. Apa yang

Apa yang dilesatkan sasa? Jawabannya setiap masakan. Jadi, jelas bahwa unsur setiap masakan berfungsi sebagai objek.

Jadi, struktur fungsional kalimat (18) adalah:

Sasa	melesatkan	setiap masakan
-----	-----	-----
S	P	O

(19) Rinso membersihkan paling bersih (Dt. 9).

Kalimat tersebut terdiri atas unsur Rinso yang berfungsi sebagai subjek, unsur membersihkan berfungsi sebagai predikat, dan unsur paling bersih berfungsi sebagai objek.

Unsur Rinso merupakan nama suatu produk sabun. Unsur tersebut menjadi inti pembicaraan. Apa yang membersihkan paling bersih? Jawabannya rinso. Jadi, jelas unsur rinso berkedudukan sebagai subjek. Unsur membersihkan sebagai predikat karena menjelaskan tentang subjek (rinso). Unsur tersebut merupakan verba yang ditandai dengan adanya kombinasi afiks me-kan. Pada unsur paling bersih kita dapat merasakan adanya penegasan dari subjek dengan kata paling.

Jadi, struktur fungsional kalimat (19) adalah:

Rinso	membersihkan	paling bersih.
-----	-----	-----
S	P	K

(20) Kiranti memelihara kebugaran Anda sepanjang hari

(Dt. 10).

Kalimat di atas terdiri atas unsur Kiranti yang berfungsi sebagai subjek, unsur memelihara berfungsi sebagai predikat, unsur kebugaran Anda berfungsi sebagai objek dan sepanjang hari berfungsi sebagai keterangan.

Unsur kiranti sebagai subjek karena unsur tersebut menjadi pokok pembicaraan. Apa yang memelihara kebugaran Anda setiap hari? Jawabannya Kiranti. Jadi, jelas unsur Kiranti berfungsi sebagai subjek. Unsur memelihara berfungsi sebagai predikat karena memberikan penjelasan terhadap Kiranti (S). Unsur kebugaran Anda sebagai objek karena merupakan hasil tindakan dari subjek. Apa yang dipelihara Kiranti sepanjang hari? Jawabannya kebugaran Anda. Jadi, unsur kebugaran Anda jelas berkedudukan sebagai predikat. Unsur sepanjang hari sebagai keterangan karena unsur tersebut menyatakan keterangan waktu. Kapan kiranti memelihara kebugaran anda setiap hari? Jawabannya sepanjang hari.

Jadi, struktur fungsional kalimat (20) adalah:

Kiranti	memelihara	kebugaran Anda	sepanjang hari
-----	-----	-----	-----
S	P	O	Kw

(21) Kratindaeng memulihkan stamina yang loyo

(Dt. 11).

Kalimat di atas dibentuk oleh unsur Kratindaeng berkedudukan sebagai subjek, unsur memulihkan berkedudukan sebagai predikat, dan unsur stamina yang loyo berkedudukan sebagai objek.

Unsur Kratindaeng berkedudukan sebagai subjek karena merupakan inti pembicaraan dalam kalimat tersebut. Apa yang memulihkan stamina yang loyo? Jawabannya Kratindaeng. Unsur memulihkan berkedudukan sebagai predikat karena memberikan penjelasan terhadap Kratindaeng (S). Unsur stamina yang loyo berkedudukan sebagai objek karena kalimat tersebut merupakan hasil tindakan Kratindaeng (S). Apa yang dipulihkan oleh Kratindaeng? Jawabannya, stamina yang loyo. Jadi, unsur stamina yang loyo jelas berkedudukan sebagai objek.

Jadi, kalimat (21) mempunyai struktur fungsional sebagai berikut:

Kratindaeng	memulihkan	stamina yang loyo.
S	P	O

(22) Tak ada yang merawat kulit wajah sebaik Ponds
(Dt. 24).

Kalimat di atas terdiri atas unsur tak ada berfungsi sebagai predikat, unsur yang merawat kulit wajah berfungsi sebagai subjek, unsur sebaik berfungsi sebagai keterangan.

Unsur tak ada merupakan predikat karena pada kalimat tersebut unsur ini menjelaskan subjek. Unsur yang merawat kulit...wajah merupakan subjek karena menjadi pokok pembicaraan dalam kalimat tersebut. Unsur sebaik Ponds sebagai keterangan karena memberikan penjelasan terhadap predikat.

Jadi, struktur fungsional kalimat (22) adalah:

Tak	ada	yang	merawat	kulit	wajah	sebaik	Ponds.
-----			-----			-----	
P		S				Ket	

(23) Agar napas Anda segar, kunyahlah permen

Doublemint (Dt. 12).

Kalimat di atas terdiri atas satu klausa terikat dan satu klausa bebas. Yang termasuk dalam klausa terikat adalah agar napas Anda segar, yang menduduki fungsi keterangan. Secara struktural klausa ini belum dapat berdiri sendiri. hal ini ditandai dengan kata penghubung



(konjungsi) agar, yang menyatakan hubungan tujuan. Namun, dapat dianalisis atas agar (konjungsi), napas... Anda (subjek), dan segar (predikat).

Yang termasuk klausa bebas adalah kunyalah...permen Doublemint. Pada klausa ini masing-masing unsur kunyalah berkedudukan sebagai predikat dan unsur permen...Doublemint berkedudukan sebagai subjek. Jadi, unsur tersebut menunjukkan bahwa klausa tersebut termasuk klausa bebas.

Jadi, struktur fungsional (23) adalah:

Agar	napas	Anda	segar,	kunyalah	permen	Doublemint
Konj	S		P	P		S

(24) Biar krisis mnerpa, masakan Anda tetap lezat

(Rayconomis) (Dt. 27).

Kalimat di atas terdiri atas satu klausa bebas dan satu klausa terikat. Yang termasuk klausa terikat adalah biar krisis mnerpa yang berkedudukan sebagai krisis subjek dan mnerpa predikat. Secara struktural klausa ini belum dapat berdiri sendiri, hal ini ditandai dengan adanya konjungsi biar yang menyatakan hubungan tujuan

Klausa bebas adalah masakan anda tetap...lezat. Pada klausa ini masing-masing unsur masakan...Anda menduduki fungsi subjek dan unsur tetap lezat menduduki fungsi

predikat. Dengan demikian, unsur-unsur ini menunjukkan bahwa klausa tersebut termasuk klausa bebas.

Jadi, struktur fungsional kalimat (24) adalah:

Biar krisis menerpa, masakan Anda tetap lesat.

Konj S P S P

(25) Untuk mempercantik diriku, aku percaya pada marina (Dt. 25).

Kalimat di atas terdiri atas satu klausa terikat dan satu klausa bebas. Klausa terikat, yaitu untuk mempercantik diriku, yang masing-masing unsur untuk merupakan konjungsi, unsur mempercantik berkedudukan sebagai predikat dan unsur diriku berkedudukan sebagai objek. Secara struktural klausa ini belum bisa berdiri sendiri karena unsur-unsur yang ada belum menunjukkan kalimat yang lengkap, hal ini ditandai dengan adanya konjungsi untuk, selanjutnya, yang termasuk klausa bebas adalah aku...percaya pada Marina. Pada klausa ini unsur aku berkedudukan sebagai subjek, unsur percaya berkedudukan sebagai predikat dan unsur pada...marina berkedudukan sebagai pelengkap. Jadi, unsur ini menunjukkan bahwa klausa tersebut termasuk klausa bebas karena secara struktural mampu berdiri sendiri.

Jadi, struktur fungsional kalimat (25) adalah:

Untuk	mempercantik	diriku,	aku	percaya	pada	Marina
Konj	P	O	S	P		Pel

(26) Rinso warna menghilangkan noda, memelihara warna

(Dt. 26).

Kalimat di atas dibentuk oleh dua klausa bebas (kalimat tunggal), yang sama tingkatannya.

Kalimat di atas bila diuraikan akan terlihat seperti berikut ini.

(a) Rinso warna menghilangkan noda.

(b) Rinso warna memelihara warna.

Jika kita perhatikan kalimat di atas terjadi pelepasan subjek. Subjek pada kalimat (b) dihilangkan atau dilepas karena mempunyai subjek yang sama dengan pada kalimat (a). Hal ini ditandai dengan adanya tanda baca koma (,) setelah kalimat (a). Jadi, jika kita analisis kalimat di atas, maka unsur rinso warna berkedudukan sebagai subjek, unsur menghilangkan berkedudukan sebagai predikat, unsur noda berkedudukan sebagai objek, unsur memelihara berkedudukan sebagai predikat dan unsur warna berkedudukan sebagai objek.

Jadi, struktur fungsional kalimat (26) adalah:

Rinso warna	menghilangkan	noda,	memelihara	warna.
S	P	O	P	O

(27) Laurier tidak mudah tembus dan tidak mudah berkerut (Dt. 13).

Kalimat di atas sama dengan kalimat sebelumnya (kalimat 25), yaitu terdiri atas dua klausa bebas. Klausa pertama, yaitu Laurier tidak mudah tembus dan klausa kedua yaitu (Laurier) tidak mudah berkerut. Subjek pada klausa kedua dilepaskan dan diganti dengan konjungsi dan yang menyatakan penggabungan.

Jadi, jika kita analisis kalimat di atas unsur Laurier berfungsi sebagai subjek, tidak mudah tembus berfungsi sebagai predikat, dan tidak mudah berkerut berfungsi sebagai predikat.

Jadi, struktur fungsional kalimat (27) adalah:

Laurier	tidak mudah tembus	dan	tidak mudah berkerut
S	P	konj	P

(28) Soft dan Easy bukan sekedar pembalut wanita, tapi juga alat kecantikan (Dt. 27).

Iklan tersebut di atas dibentuk oleh dua kalimat tunggal yaitu Soft dan Easy bukan sekedar pembalut wanita, dan (Soft dan Easy) juga alat kecantikan. Kedua kalimat tersebut dihubungkan dengan konjungsi tapi.

Kalimat pertama Soft dan Easy bukan sekedar pembalut wanita terdiri atas dua unsur, yaitu unsur Soft dan Easy berfungsi sebagai subjek dan unsur bukan sekedar pembalut wanita sebagai predikat, sedangkan pada kalimat kedua alat kecantikan berfungsi sebagai predikat.

Jadi, struktur fungsional kalimat (28) adalah:

<u>Soft dan Easy</u>	<u>bukan sekedar pembalut wanita</u>
S	P
<u>tapi juga alat kecantikan.</u>	
Konj	P

(29) Dioles, dicampur atau diminum langsung pasti nikmat, lebih berkhasiat. Madurasa campuran minuman jamu. (Dt. 29).

Iklan tersebut di atas terdiri atas tiga kalimat tunggal, yakni kalimat pertama Madurasa campuran minuman jamu dioles yang terdiri atas unsur (subjek) dan (Predikat). Kalimat kedua terdiri kalimat Madurasa campuran minuman

jamu (subjek) dan predikat dan kalimat ketiga (Madurasa campuran minuman jamu) diminum terdiri atas unsur (subjek) dan predikat, dan unsur langsung pasti lebih nikmat berfungsi sebagai keterangan.

Ketiga kalimat tersebut dihubungkan oleh konjungsi atau

Jadi, struktur fungsional kalimat (23) adalah:

Dioles.	dicampur	atau	diminum	langsung	pasti
P	P	Konj	P		K
lebih nikmat,	lebih berkhasiat.		Madurasa	campuran	
					S
pelengkap minuman jamu.					

4.2 Jenis-jenis Kalimat yang Digunakan dalam Iklan Berdasarkan Struktur Kalimatnya

4.2.1 Kalimat Tunggal

Seperti yang telah dijelaskan pada bab II bahwa kalimat tunggal adalah kalimat yang terdiri atas satu pola sedangkan perluasannya tidak membentuk pola baru.

Berdasarkan analisis pada bagian 4.1 maka dapatlah ditentukan kalimat-kalimat tunggal berdasarkan struktur yang ada. Dari analisis contoh tersebut maka dapatlah diketahui bahwa contoh no.11 sampai contoh 22 termasuk kalimat tunggal.

Berikut ini penulis akan menguraikan kalimat tunggal berdasarkan macam predikatnya.



- (4) Blue Band margarine leat bervitamin
 (9) Nyamuk sini cuma takut tiga roda.
 (13) Sakit kepala lenyap dalam sekejap dengan Oskadon.
 (22) Tak ada yang merawat kulit wajah sebaik Ponds.

Keempat kalimat tunggal tersebut di atas predikatnya masing-masing berupa adjektifa atau frasa adjektif, yaitu leat bervitamin, cuma takut dan sebaik Ponds. Keempat frasa tersebut mengisi fungsi predikat dalam kalimat tunggal. Jadi, keempat kalimat tersebut termasuk kalimat tunggal berpredikat adjektival.

- (2) Kansas langkah pasti.
 (7) Laserin obat batuk untuk seluruh anggota keluarga.
 (8) Sabun SS pelindung dari air tak bersih.
 (15) Saka ginseng minuman orang-arang spesial.
 (3) Nutrima susu bergisi tinggi.

Kalimat contoh di atas predikatnya masing-masing terdiri atas langkah pasti, obat batuk, pelindung, minuman, dan susu bergisi tinggi berupa nomina atau frasa nominal.

- (1) Kijang memang tiada duanya.

Kalimat tersebut predikatnya terdiri atas memang tiada duanya, yang berupa frasa numeral. Jadi, kalimat tersebut termasuk kalimat tunggal berpredikat numeralia.

- (5) Sari Ayu mempercantik wanita Indonesia.
- (6) Batuk dijamin oleh komix.
- (10) Acnol cara paling tepat menghilangkan jerawat.
- (11) Viva kosmetik terbukti paling sesuai untuk daerah tropis.
- (16) Lancar ASI memperlancar terbentuknya ikatan batin yang kuat.
- (17) Saya selalu memakai honey soft unicharm.
- (18) Sasa melesatkan setiap masakan.
- (19) Rinso membersihkan paling bersih.
- (20) Kiranti memelihara kebugaran anda sepanjang hari.
- (21) Kratingdaeng memulihkan stamina yang loyo.

Kesepuluh contoh kalimat di atas predikatnya masing-masing termasuk verba, baik verba transitif maupun intransitif. Jadi, kalimat tersebut termasuk kalimat tunggal dengan predikat frasa verbal.

4.2.2 Kalimat Majemuk

4.2.2.1 Kalimat Majemuk Setara

Kalimat majemuk setara adalah kalimat yang bila hubungan kedua polanya sederajat atau setara. Berdasarkan contoh yang ada pada bagian analisis (4.1), maka dikemukakan kalimat yang mempunyai hubungan antara kedua kalimat atau klausanya setara.

(26) Rinso warna menghilangkan noda, memelihara warna
 Contoh di atas terdiri atas dua kalimat tunggal, yaitu (I) Rinso warna menghilangkan noda dan (II) Rinso warna memelihara warna. Subjek kedua kalimat tersebut sama, yaitu Rinso warna. Jika kita perhatikan kalimat tidak ada konjungsi yang menghubungkan keduanya kalimat tersebut, namun ada tanda koma (,). Jadi, contoh (26) termasuk kalimat majemuk setara implisit menghubungkan.

(27) Laurier tidak mudah tembus dan tidak mudah berkerut.

Sama dengan kalimat (26) kalimat di atas terdiri atas dua kalimat, yaitu (I) Laurier tidak mudah tembus dan (II) Laurier tidak mudah berkerut. Kedua kalimat tersebut mempunyai fungsi subjek sama, yaitu Laurier. Tampak dalam kalimat tersebut konjungsi dan yang menghubungkan kedua kalimat. Jadi, dapatlah dikatakan bahwa kalimat (27) termasuk kalimat majemuk setara eksplisit menghubungkan.

(28) Soft dan Easy bukan sekedar pembalut wanita, tapi juga alat kecantikan.

Pada contoh di atas tampak bahwa kalimat tersebut terdiri atas dua kalimat, yaitu dan (1) Soft dan Easy bukan sekedar pembalut wanita (Soft dan Easy) juga alat kecantikan. Kedua kalimat tersebut mempunyai subjek yang sama, yaitu Soft dan Easy. Kedua kalimat tersebut dihubungkan oleh konjungsi tapi yang menyatakan hubungan

perlawanan. Jadi, kalimat (28) termasuk jenis kalimat majemuk setara perlawanan.

(29) Dioles, dicampur, atau diminum langsung pasti lebih nikmat, lebih berkhasiat. Madurasa campuran pelengkap minum jamu.

Kalimat tersebut di atas terdiri atas tiga kalimat tunggal, yang mempunyai subjek sama, kalimat pertama Madurasa dioles langsung pasti lebih nikmat, lebih berkhasiat, kalimat kedua Madurasa dicampur langsung pasti lebih nikmat, lebih berkhasiat, dan kalimat ketiga Madurasa diminum langsung lebih nikmat lebih berkhasiat.

Ketiga kalimat tersebut dihubungkan oleh konjungsi atau yang menyatakan hubungan pemilihan.

Jadi, kalimat (29) termasuk jenis kalimat majemuk setara pemilihan.

4.2.2.2 Kalimat Majemuk Bertingkat

Kalimat majemuk bertingkat adalah kalimat yang hubungan pola-polanya tidak sederajat/setara. Berikut ini penulis kemukakan kalimat yang mempunyai pola yang tidak setara pada contoh analisis (4.1).

(23) Agar napas Anda segar, kunyallah perman Doublemint.

(24) Biar krisis menimpa, masakan Anda tetap lezat (Rayconomis).

(25) Untuk mempercantik diriku, aku percaya pada marina.

Ketiga contoh di atas termasuk jenis kalimat majemuk bertingkat karena antara klausa yang satu dengan klausa yang lainnya tidak sama/setara. Pada klausa pertama, yaitu Agar...napas...anda segar, Biar krisis...menerpa, dan Untuk mempercantik diriku masing-masing merupakan klausa terikat atau dengan kata lain kalimat yang belum bisa berdiri sendiri. Klausa kedua, yaitu Kunyalah...permen...Doublemin, Masakan...Anda...pasti lezat, dan Aku percaya pada marina masing-masing merupakan klausa bebas atau sudah bisa menjadi kalimat yang utuh.

Ketiga contoh kalimat di atas dihubungkan oleh konjungsi agar, biar, dan untuk yang menyatakan makna tujuan.

4.3 Ciri Khas Bahasa Iklan Berdasarkan Struktur Kalimatnya

Berdasarkan struktur kalimat yang ada dalam contoh-contoh di atas (4.1), maka dapat ditentukan oleh adanya empat belas macam struktur kalimat, yakni (1) S/P dalam contoh 1, 2, 3 dan 4 (2) S/P/O dalam contoh 5, 6, 16, 18 dan 21, (3) S/P/Pel dalam contoh 6 dan 15, (4) S/K/P/Pel dalam contoh 9, dan 13, (5) S/K/P/O dalam contoh 10 dan 17, (6) S/P/K dalam contoh 7, 8, 11, 12, 14 dan 19, (7) S/P/O/K dalam contoh 20, (8) P/S/K dalam contoh 22, (9) Konj/S/P/PS dalam contoh 23, (10) Konj/S/P/SP dalam

contoh 24, (11) Konj/P/O/S/P/Pel dalam contoh (12) S/P/O/P/O dalam contoh 26 dan (13) S/P/Konj/P dalam contoh 27. (14) P/P/Konj/P/K/S/P.



Berdasarkan keempat belas macam struktur kalimat yang ada di atas, dapat ditarik kesimpulan adanya tiga ciri khas bahasa iklan, yakni (1) bahasa iklan cenderung memanfaatkan semua tataran fungsi, (2) bahasa iklan selalu menggunakan fungsi subjek (S) dan fungsi predikat (P) dalam setiap bentuk struktur kalimatnya, dan (3) bahasa iklan tetap mengikuti kaidah bahasa Indonesia yang sudah konvensional.

Ciri khas bahasa iklan pertama adalah pemanfaatan semua tataran fungsi yang ada. Hal ini, dapat dilihat dalam keempat belas bentuk struktur kalimat yang ada dengan tataran-tataran fungsi yang ada, yakni subjek (S), predikat (P), objek (O), pelengkap (Pel) dan keterangan (K) yang pernah digunakan. Meskipun kesemua tataran fungsi tersebut tidak pernah dimunculkan secara serempak atau hanya dua tataran fungsi yang digunakan.

Pemunculan tataran fungsi secara serempak dalam suatu kalimat tidak dimungkinkan dalam bahasa Indonesia. Hal itu disebabkan oleh adanya aturan. Hal ini dapat ditandai dengan menentukan jenis verba yang digunakan dalam pengisi predikat, atau sangat tergantung pada transitif tidaknya verba yang digunakan tersebut. Pengisi fungsi keterangan,

lebih sering bersifat mana suka atau tergantung pada konteks kalimatnya.

Fungsi predikat yang diisi kategori verba transitif dapat dilihat dalam contoh (5). kalimatnya sebagai berikut:

(5) Sari Ayu mempercantik wanita Indonesia.
 S P O

Kata mempercantik yang menjadi pengisi predikat (P) dalam kalimat di atas bila dipasifkan akan menjadi dipercantik. Apabila kalimat tersebut diubah menjadi kalimat pasif, maka pengisi objek, yakni wanita Indonesia akan menjadi pengisi subjek (S). Dengan kata lain, apabila menggunakan verba transitif sebagai pengisi fungsi predikat (P), maka kehadiran objek (O) harus ada. Namun, bila menggunakan verba semitransitif atau dwitransitif, maka fungsi objek diperlukan di samping pengisi pelengkap, seperti pada contoh: (6):

(6) Saka ginseng minuman orang-orang spesial.
 S P Pel

Pengisi predikat dalam kalimat di atas tidak dapat dipasifkan sehingga kalimat tersebut di atas tidak bisa dipasifkan juga. bagian kalimat orang spesial merupakan pengisi fungsi pelengkap (Pel).

Selanjutnya, masalah penggunaan pengisi keterangan, seperti diuraikan di atas bahwa keterangan bersifat manuka atau tergantung konteks kalimatnya. Dikatakan demikian karena kemunculan pengisi keterangan dalam suatu kalimat tidaklah terikat atau tertentu letaknya atau dalam situasi tertentu pada suatu kalimat kehadiran pengisi fungsi keterangan ini dapat dihadirkan atau tindakan. Ketidakterikatan letak pengisi fungsi keterangan dalam suatu kalimat dalam iklan yang menggunakan pengisi fungsi keterangan, seperti (1) S/K/P/Pel, (2) S/K/P/O, (3) S/P/K, (4) S/P/K/Pel, (5) S/P/O/K, (6) P/S dan (7) S/P. Selain itu, beberapa struktur yang lain tidak menggunakan pengisi fungsi keterangan.

Selain itu, dalam contoh di atas ditemukan adanya variasi struktur kalimat yang hanya menggunakan dua pengisi fungsi kalimat, yaitu pengisi fungsi subjek (S) dan pengisi fungsi predikat (P). Contoh kalimatnya seperti pada contoh (1) dan (2) berikut ini.

- (1) Kijang memang tiada duanya.
S P
- (2) Kansas langkah pasti.
S P

Kedua contoh di atas dan beberapa contoh yang lain hanya terdiri atas dua fungsi, yaitu fungsi subjek (S) dan

fungsi (P). Penggunaan pengisi fungsi seperti di atas lebih sering digunakan karena hal tersebut sangat mendukung keempat hal yang menjadi perhatian dalam pembuatan iklan. Dengan kalimat yang hanya menggunakan dua pengisi fungsi tersebut tidak akan mengurangi keutuhan isi pesan yang akan diiklankan. Bahkan dari segi komersial atau pengeluaran, penggunaan tataran fungsi yang hanya terdiri atas subjek (S) dan predikat (P) tersebut lebih memperkecil pengeluaran atau biaya. Karena ruang atau waktu yang dibutuhkan lebih sempit atau singkat. Kalimat yang singkat seperti di atas, juga akan lebih mudah diingat oleh penonton, atau pembaca, atau pendengar.

Ciri khas bahasa iklan yang kedua adalah penggunaan fungsi subjek (S) dan fungsi predikat (P) dalam setiap variasi struktur kalimatnya. Hal ini dapat dilihat dalam keempat belas bentuk struktur kalimat yang ada. Fungsi subjek (S) dan fungsi predikat (P) selalu hadir bagaimanapun bentuk struktur kalimatnya. Bahkan, salah satu variasi struktur kalimat yang ada hanya menggunakan kedua fungsi tersebut itu, yang berarti kalimat itu terdiri atas dua bagian terdiri atas pengisi fungsi subjek (S) dan predikat (P). Hal ini, tentu akan mengundang pertanyaan; mengapa unsur fungsi subjek (S) dan

fungsi predikat (P) dalam struktur kalimat bahasa iklan selalu di munculkan atau seakan-akan ditonjolkan?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut di atas, maka pengetahuan dan pemahaman tentang fungsi subjek (S) dan fungsi predikat (P) sangatlah penting. Selain itu, masalah ini juga sangat berkaitan dengan masalah tujuan pemasangan iklan seperti yang telah diuraikan dalam bagian pendahuluan.

Tujuan pemasangan iklan pada Bab Pendahuluan adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang adanya produk yang diiklankan tersebut. Subjek (S) adalah bagian dalam kalimat yang dapat berupa kata, frasa atau klausa yang menyatakan apa atau siapa subjek kalimat itu, sedangkan predikat (P) adalah bagian kalimat yang memberi penjelasan secara langsung pada subjek atau menyatakan apa yang dikerjakan subjek atau dalam keadaan apa subjek.

Sehubungan dengan tujuan pemasangan iklan dan pengertian subjek (S) dan predikat (P) tersebut di atas, maka produk yang diiklankan tersebut akan menduduki fungsi subjek karena merupakan jawaban atas pertanyaan, apa dan siapa yang diiklankan dan predikat (P) akan menjelaskan produk itu secara langsung sebab predikat suatu kalimat akan menjelaskan secara langsung subjek kalimat tersebut.

Contoh:

(1) Kijang memang tiada duanya.

S

P

Menurut strukturnya bagian kalimat di atas yang mengisi fungsi subjek (S) adalah kijang, karena dapat menjawab pertanyaan apa yang tiada duanya?, sedangkan bagian kalimat memang tiada duanya merupakan pengisi fungsi predikat (P) yang memberikan penjelasan secara langsung terhadap kijang yang merupakan subjek kalimat tersebut.

Contoh lain yang menggunakan struktur berbeda dengan di atas, yaitu struktur S/P/O.

(3) Sari Ayu mempercantik wanita Indonesia.

S

P

O

Berdasarkan struktur kalimatnya, kalimat di atas tidak hanya terdiri atas fungsi subjek (S) dan predikat (P), tetapi juga memiliki pengisi fungsi objek (O). Bagian kalimat Sari Ayu merupakan pengisi subjek (S) karena unsur kalimat tersebut merupakan nama produk bersangkutan, yang dapat menjawab pertanyaan apa yang mempercantik wanita Indonesia? Unsur mempercantik yang merupakan verba transitif adalah pengisi fungsi predikat (P) kalimat tersebut karena menjelaskan subjek (S) secara langsung. Dalam kalimat ini ditemukan adanya pemakaian pengisi fungsi objek (O) tersebut adalah untuk memberikan penjelasan secara langsung terhadap predikat (P). Unsur

wanita Indoensia dalam kalimat tersebut di atas memberikan penjelasan secara langsung terhadap mempercantik. Selain itu, unsur tersebut dapat pula menjawab pertanyaan; siapa yang dipercantik oleh Sari Ayu?

Berdasarkan contoh-contoh di atas, maka dapat diketahui bahwa fungsi subjek (S) selalu diisi oleh produk yang diiklankan, sedangkan fungsi predikat diisi penjelasan tentang kegunaan produk yang diiklankan. Bahkan dengan melihat bentuk struktur kalimat bahasa iklan yang ada di atas, dapat diketahui bahwa subjek (S) selalu diisi oleh produk yang diiklankan kecuali pada contoh nomor; 17, 22, 24 dan 25. Dalam keempat kalimat ini, subjek (S) diisi oleh pronomina, sedangkan produk yang diiklankan menjadi pengisi objek (O) atau pelengkap (Pel). Pengisi predikat (P) selalu menjelaskan subjek (S) secara langsung.

Fungsi subjek (S) dan fungsi predikat (P) dalam dunia iklan khususnya menyangkut bahasanya atau kalimatnya dimanfaatkan untuk menonjolkan produk yang diiklankan dan kegunaan produk tersebut.

Ciri khas bahasa iklan berdasarkan struktur kalimatnya yang ketiga adalah bahasa iklan tetap mengikuti kaidah bahasa Indonesia yang sudah konvensional. Hal ini dapat dilihat dalam penggunaan bentuk struktur kalimat yang diambil sebagai contoh dalam analisis ini, senantiasa menggunakan struktur kalimat yang lazim digunakan dalam

bahasa Indonesia. Walaupun struktur kalimatnya sangat bervariasi seperti yang terlihat pada 29 (dua puluh sembilan) kalimat yang diambil sebagai contoh dalam tulisan ini yang membentuk 14 (empat belas) macam variasi struktur kalimat. Keempat belas bentuk struktur yang ada tersebut tidaklah menyimpang dari aturan yang sudah lazim atau yang ada, hanya penggunaan atau pemanfaatan fungsi-fungsi yang ada dan urutan tataran fungsi yang bervariasi namun tidak menyalahi aturan-aturan yang sudah konvensional dalam bahasa Indonesia.

Dalam bahasa Indonesia pengisi fungsi kalimat dapat saja terdiri atas subjek (S) dan predikat (P). Bentuk seperti ini dimanfaatkan dalam bahasa iklan seperti pada contoh-contoh berikut ini.

(1) Kijang memang tiada duanya.

S P

(2) Kansas langkah pasti.

S P

(3) Nutrimea susu bergizi tinggi.

S P

(4) Blue Band Margarine lezat bervitamin.

S P

Contoh-contoh di atas hanya memanfaatkan dua tataran fungsi menurut makna kalimat-kalimat di atas, yang

tidaklah mengurangi makna dan isi pesan yang ingin disampaikan. Bahkan dengan menggunakan kalimat yang singkat tersebut akan lebih memudahkan peronton atau pembaca untuk cepat menangkap dan mengingat pesan yang diiklankan tersebut. Selain itu, dari segi komersialnya kalimat iklan yang singkat seperti itu akan lebih menguntungkan karena jumlah pengeluaran yang dibutuhkan lebih sedikit. Hal ini terjadi karena ruang dan waktu yang dibutuhkan singkat dan sempit.

Hal ini yang dapat dilihat sehubungan dengan ketaatan terhadap aturan bahasa yang sudah konvensional berdasarkan struktur kalimatnya adalah penggunaan fungsi objek (O) dan pelengkap (Pel).

Berdasarkan struktur kalimat yang ada maka dapat dilihat bahwa frekuensi penggunaan kedua tataran fungsi ini tidaklah terlalu jauh berbeda dan sangat tergantung pada jenis verba yang digunakan untuk mengisi fungsi predikat (P) kalimatnya. Jika menggunakan verba transitif maka akan menggunakan pengisi fungsi objek (O). Dari transitif sebaliknya, jika menggunakan verba dwitransitif atau intransitif maka akan menggunakan pelengkap (pel) seperti contoh-contoh berikut ini.

(5) Sari Ayu Memperscantik Wanita Indonesia.

S

P

O

(10) Ancol cara paling cepat menghilangkan

S KC P



(13) Sarimie dari aromanya terbayang kelesetannya.

S K P pel

(15) Saka Ginseng minuman orang spesial.

S P pel

Demitu pula halnya dengan memanfaatkan fungsi keterangan (K) dalam struktur bahasa iklan tidaklah menyalahi aturan yang sudah konvensional dalam bahasa Indonesia. Fungsi keterangan (K) dalam bahasa iklan tidak terikat letaknya berdasarkan struktur yang ada. Fungsi keterangan (K) terlihat sangat bervariasi letaknya atau mana suka.

Seperti pada contoh-contoh berikut ini.

(9) Nyamuk sini cuma takut tiga roda.

S Kt P Pel

(11) Viva kosmetik terbukti paling sesuai untuk

S P
daerah tropis.

Ket

(20) Kiranti memelihara kebugaran Anda sepanjang hari

S P O Kw

(22) Tak ada yang merawat kulit wajah sebaik ponds.

P S K

Kehadiran fungsi keterangan (K) juga tergantung konteks kalimatnya. Seperti contoh (22) kehadiran pengisi fungsi keterangan (K) tidak bisa dihilangkan, sedangkan pada contoh (20) dapat saja pengisi fungsi keterangan dihilangkan. Pada contoh (22) bila dihilangkan fungsi keterangan (K), maka kalimat itu tidak berterima dan isi pesan yang hendak disampaikan tidak utuh.

* Kulit wajah tak ada.

Berbeda dengan pengisi fungsi keterangan (K) pada contoh (20) jika dihilangkan maka kalimat tersebut tetap akan berterima.

Kiranti memelihara kebugaran Anda.

Selain ketiga ciri yang dijelaskan di atas, ada lagi ciri lain yang bisa dilihat pada iklan, yaitu penghilangan kopula, penghilangan kata depan, penghilangan kata penghubung, dan susunan kalimatnya bertukar. Penghilangan kopula dapat dilihat pada contoh berikut ini.

(3) Nutrimea susu bergizi tinggi.

Pada contoh di atas antara kata Nutrimea dan susu ada kopula. Hal ini dapat kita lihat pada contoh berikut ini.

(3a) Nutrimea adalah susu bergizi tinggi.

Selanjutnya, penghilangan kata penghubung dapat dilihat pada contoh berikut:

(4) Blue Band Margarine lezat bervitamin.

Pada contoh di atas, antara kata lezat dan bervitamin ada kata penghubung dan. Jadi, kalimat tersebut dapat dituliskan.

(4a) Blue Band Margarine lezat dan bervitamin.

Penghilangan kata depan dapat dilihat pada contoh:

(9) Nyamuk sini cuman takut tiga roda.

Pada contoh tersebut, antara kata nyamuk dan sini ada kata depan di. Jadi, kalimat tersebut dapat ditulis:

(9a) Nyamuk di sini cuma takut pada tiga roda.

Berdasarkan penjelasan di atas, adanya penghilangan kopula, kata penghubung, dan kata depan itu merupakan suatu kreatifitas dari si pembuat iklan. Hal ini merupakan ciri dari iklan itu sendiri, yaitu singkatan dan mudah dimengerti oleh pembaca atau penonton. Jadi, dengan menggunakan kalimat yang singkat, namun tetap mempunyai makna yang lengkap. Selain itu juga, dari segi komersialnya kalimat iklan yang singkat tentu membutuhkan ruang dan waktu yang sempit dan singkat juga.

Kemudian, adanya susunan kalimat yang dipertukarkan itu juga merupakan kreatifitas pembuat iklan. Hal ini dilakukan untuk menonjolkan atau menekankan unsur-unsur tertentu yang menjadi sasaran terhadap struktur kalimat. Hal ini dapat kita lihat pada contoh berikut ini.

(10) Acnol paling cepat menghilangkan jerawat.

Jika susunan kembali kalimat tersebut, dapat dituliskan;

(10a) Acnol menghilangkan jerawat paling cepat.

Jadi, kalimat (10) yang ditonjolkan atau ditekankan adalah cara atau kegunaan dari produk (Acnol) tersebut.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya tentang struktur kalimat dalam iklan, maka pada bab penutup ini diuraikan hasil pembahasan yang telah dilakukan:

- 1) Berdasarkan struktur kalimat bahasa Indonesia dalam iklan data yang terkumpul mempunyai variasi struktur: S/P, S/P/O, S/P/Pel, S/K/P/Pel, S/K/P/O, S/P/K, S/P/S/P, Konj/P/O/S/P, S/P/O/P/O, S/P/Konj/P dan P/P/Konj/P/K/S/P. Adanya variasi struktur tersebut menampakkan corak yang tidak konstan. Hal ini disebabkan oleh adanya penekanan unsur-unsur yang dipentingkan yang menjadi sasaran terhadap struktur kalimat.
- 2) Berdasarkan variasi struktur kalimat tersebut, maka kalimat iklan dapat ditentukan jenis kalimatnya atas kalimat tunggal dan kalimat majemuk.
- 3) Berdasarkan struktur kalimat yang ada, maka ciri khas bahasa iklan dapat dirumuskan sebagai berikut ini: (1) bahasa iklan cenderung memanfaatkan semua tataran fungsi, (2) bahasa iklan selalu menggunakan fungsi subjek dan predikat, (3) bahasa iklan tetap mengikuti

kaidah-kaidah bahasa Indonesia yang sudah konvensional. Selain ketiga ciri khas iklan tersebut, ciri lain adalah penghilangan kopula, tanda penghubung, kata depan, dan susunan kalimat yang dipertukarkan.

5.2 Saran

Dari hasil pembahasan masalah struktur kalimat bahasa Indonesia dalam iklan tergambar bahwa bahasa yang dipakai oleh para pembuat iklan cenderung bersifat komersial dan menggunakan gaya bahasa persuasif. Oleh sebab itu, dalam tulisan ini penulis dapat menyarankan sebagai berikut ini.

- 1) Pihak komunikator sebagai pembuat iklan harus tetap memperhatikan kaidah-kaidah dalam bahasa Indonesia sehingga produk yang diiklankan dengan mudah diterima oleh masyarakat banyak sebagai konsumen.
- 2) Untuk mencapai hal di atas perlu adanya suatu pembinaan kepada para insan pembuat iklan, yang dilakukan oleh suatu badan yang berhubungan dengan masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alisjahbana, S.T. 1983. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Arifin, Zulkarnaen dan Jumariam. 1982. *Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame*. Jakarta: Pendidikan dan Kebudayaan.
- Chaer Abdul. 1984. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darwis, Muh. 1982. "Struktur Kalimat Bahasa Indonesia dalam Siaran TVRI". (Skripsi Sarjana). Ujung Pandang: Fakultas sastra Universitas Hasanuddin.
- Kentjono, J. 1982. *Dasar-dasar Linguistik Umum*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Keraf, Gorys. 1991. *Tata Bahasa Indonesia*. Ende Flores: Nusa Indah.
- Kridalaksana. Harimurti. 1984. *Kelas Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia.
- Moeliono dan Darjowidjojo, ed. 1988. *Tata Bahasa Buku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Mustakimin. 1994. *Membina Kemampuan Berbahasa. Pandai ke Arah Kemahiran Berbahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Ramlan, M. 1987. *Ilmu Bahasa Sintaksis*. Yogyakarta: CV Karyono.

- Subroto. Edi. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Linguistik Struktural*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Sudaryanto. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Linguistik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Tarigan. H.G. 1985. *Pengajaran Sintaksis*. Bandung: Angkasa.
- Verhaar, W.J.S. 1993. *Pengantar Linguistik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

LAMPIRAN DATA

Data yang ditayangkan dari TV Swasta mulai bulan April sampai dengan Juli 1998:

1. Kijang memang tiada duanya (INDOSIAR, 7 APRIL 1998)
2. Kansas langkah pasti (INDOSIAR, 7 APRIL 1998)
3. sari Ayu mempercantik wanita Indonesia (RCTI, 14 APRIL 1998)
4. Batuk dijamin oleh komix (RCTI, 14 APRIL 1998)
5. Nyamuk sini cuma takut Tiga Roda (RCTI, 3 MEI 1998)
6. Sabun SS pelindung dari air tak bersih (INDOSIAR, 20 MEI 1998)
7. Sarimie dari aromanya terbayang kelezatannya (INDOSIAR, 10 JUNI 1998)
8. Saka Ginseng minuman orang-orang spesial (RCTI, 10 JUNI 1998)
9. rinso membersihkan paling bersih (RCTI, 30 JUNI 1998)
10. Kiranti memelihara kebugaran anda sepanjang hari (INDOSIAR, 1 JULI 1998)
11. Kratindaeng memulihkan stamina yang loyo (RCTI, 2 JULI 1998)
12. Agar napas anda segar alami, kunyalah permen Doublemint (RCTI, 2 JULI 1998)
13. Laurier tidak mudah tembus dan tidak mudah berkerut

Data yang dimuat di tabloid Nova edisi April sampai Juni 1998:

14. Nutrima susu bergizi tinggi (TN, 13 APRIL 1998)
15. Blue Band Margarine lesat bervitamin (TN, 13 April 1998)
16. Laserin obat batuk untuk seluruh anggota keluarga (TN, 20 April 1998)
17. Acnol cara paling cepat menghilangkan jerawat (TN, 4 MEI 1998)
18. Viva kosmetik paling cepat untuk daerah tropis (TN, 4 MEI 1998)
19. Susu 123 penting untuk masa pertumbuhan (TN, 4 MEI 1998)
20. Sakit kepala lenyap dalam sekejap dengan Oskadon (TN, 11 MEI 1998).
21. Lancar ASI memperlancar terbentuknya ikatan batin yang kuat (TN, 11 MEI 1998)
22. Saya selalu memakai honey soft unicharm (TN, 18 MEI 1998)
23. Sasa melesatkan setiap masakan (TN, 18 MEI 1998)
24. Tak ada yang merawat kulit wajah sebaik Ponds (TN, 25 MEI 1998)
25. Untuk menghilangkan noda, memlihara warna (TN, 25 MEI 1998)

26. Rinso warna menghilangkan noda, memelihara warna (TN, 25 MEI 1998)
27. Biar krisis menerpa, masakan anda tetap lezat (Rayconomis) (TN, 1 JUNI 1998)
28. Soft dan easy bukan sekedar pembalut wanita tapi juga alat kecantikan (TN, 1 JUNI 1998)
29. Dioles, dicampur atai diminum langsung pasti nikmat lebih berkhasiat. Madurasa sampuran minum jamu (TN, 8 JUNI 1998).