

BAB II

KALIMAT IMPERATIF DALAM IKLAN (PRAGMATIK)

A. Hakikat Bahasa

Hakikat bahasa adalah dasar atau kenyataan yang sebenarnya dari sistem lambang bunyi. Bahasa yang baik berkembang berdasarkan suatu sistem, yaitu seperangkat aturan yang dipatuhi oleh pemakainya.

Anderson (Tarigan, 2015:2) menyatakan ada delapan prinsip dasar bahasa yaitu: (1) Bahasa adalah suatu sistem, (2) bahasa adalah bunyi ujaran (*vocal*), (3) bahasa tersusun dari lambang-lambang mana suka (*arbitrary symbol*). (4) setiap bahasa bersifat unik; khas, (5) bahasa dibangun dari kebiasaan-kebiasaan, (6) bahasa adalah alat komunikasi, (7) bahasa berhubungan erat dengan budaya tempatnya berada, dan, (8) bahasa itu berubah-ubah.

Bagian pertama dari delapan prinsip bahasa di atas menyatakan bahwa bahasa adalah suatu sistem, sama halnya dengan sistem-sistem lain yang bersifat sistematis dan bersifat sistemis. Sistem berarti susunan teratur berpola yang membentuk suatu keseluruhan sehingga dapat bermakna atau berfungsi. Sistem terbentuk oleh sejumlah unsur yang satu dan yang lain berhubungan secara fungsional. Tidak berbeda dengan bahasa yang terdiri dari unsur-unsur secara teratur tersusun menurut pola tertentu dan membentuk satu kesatuan.

Bunyi adalah kesan pada pusat saraf sebagai akibat dari getaran gendang telinga yang bereaksi karena perubahan dalam tekanan udara. Bunyi bahasa adalah bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Tidak semua bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia termasuk bunyi bahasa.

Kehidupan manusia memang selalu menggunakan lambang atau simbol. Hampir tidak ada kegiatan yang tidak terlepas dari simbol. Termasuk

alat komunikasi verbal yang disebut bahasa. Satuan-satuan bahasa, misalnya kata, adalah simbol atau lambang. Lambang dengan berbagai seluk beluknya dikaji orang dalam bidang kajian ilmu semiotika, yaitu ilmu yang mempelajari tanda-tanda yang ada dalam kehidupan manusia. Dalam semiotika dibedakan adanya beberapa tanda yaitu: tanda (*sign*), lambang (*simbol*), sinyal (*signal*), gejala (*sympton*), gerak isyarat (*gesture*), kode, indeks, dan ikon. Lambang bersifat arbitrer, artinya tidak ada hubungan langsung yang bersifat wajib antara lambang dengan yang dilambangkannya.

Dikatakan bersifat unik, artinya setiap bahasa mempunyai ciri khas sendiri yang tidak dimiliki oleh bahasa lainnya. Ciri khas ini bisa menyangkut sistem bunyi, sistem pembentukan kata, sistem pembentukan kalimat, atau sistem-sistem lainnya.

Bahasa dibangun dari kebiasaan-kebiasaan masyarakat dan berhubungan erat dengan budaya tempatnya berada. Kebiasaan-kebiasaan masyarakat tersebut akan memengaruhi proses pembangunan dan perkembangan bahasa itu sendiri.

Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi, memiliki tujuan tertentu yaitu agar kita dipahami oleh orang lain. Jadi dalam hal ini respons pendengar atau lawan bicara yang menjadi perhatian utama kita. Agar komunikasi yang dilakukan berjalan lancar dengan baik, penerima dan pengirim bahasa harus harus menguasai bahasanya.

Bahasa tidak pernah lepas dari segala kegiatan manusia, sepanjang keberadaan manusia itu sebagai makhluk yang berbudaya dan bermasyarakat.

Karena keterikatan dan keterkaitan bahasa itu dengan manusia, sedangkan dalam kehidupannya di dalam masyarakat kegiatan manusia itu selalu berubah, maka bahasa menjadi ikut berubah, menjadi tidak tetap, menjadi dinamis. Perubahan itu dapat berupa pemunculan kata atau istilah baru, peralihan makna sebuah kata, dan perubahan-perubahan lainnya.

1. Pengertian Bahasa

Manusia diciptakan sebagai makhluk sosial yang dapat berinteraksi satu sama lain. Salah satu sarana manusia dalam berinteraksi yaitu bahasa. Dengan bahasa manusia dapat memahami maksud ungkapan seseorang.

Bahasa sangatlah penting bagi kehidupan manusia. Komunikasi dan hubungan antar manusia menjadi lebih mudah. Hal ini disebabkan bahasa sebagai media penyampai pesan atau informasi, baik dari satu individu ke individu lain maupun satu kelompok ke kelompok lain.

Bahasa adalah alat komunikasi atau suatu sistem lambang bunyi yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan pesan, ide dan gagasan dalam berkomunikasi. Berbahasa merupakan salah satu kemampuan yang menjadikan manusia unggul dibanding makhluk lain. Bahasa juga merupakan media utama dalam berkomunikasi. Bahasa manusia digunakan untuk mengemukakan pikiran, ide-ide, perasaan, keinginan dan lain-lain.

Pendapat dari Saudah dan Sugihastuti (2016:4) mengemukakan bahwa “bahasa merupakan alat komunikasi yang efektif antar manusia”. Laila (2016:4) memaparkan bahwa “bahasa adalah sistem lambang bunyi

atau bahasa lisan yang dapat kita saksikan sampai kini banyak sekali bahasa dunia”. Senada dengan pendapat Mulyati (2014:23) menjelaskan, “bahasa adalah kumpulan bunyi-bunyi yang bermakna yang diujarkan dengan tujuan mengungkapkan pikiran.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa bahasa adalah sistem lambang bunyi yang diujarkan untuk menyampaikan ide dan perasaan. Ujaran yang dituturkan memiliki pola-pola atau aturan yang digunakan oleh penutur. Kadang-kadang tanpa penutur sadari bahwa ia sedang mengikuti pola-pola atau aturan dalam bahasa yang ia tuturkan.

2. Fungsi Bahasa

Bahasa merupakan ciri utama yang membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya di dunia ini. Manusia memerlukan bahasa sebagai alat komunikasi, oleh karena itu bahasa sangat diperlukan dalam kehidupan manusia.

Pendapat dari Keraf (Rohmadi, Dkk. 2014:6) menyatakan bahwa “fungsi bahasa yang utama adalah sebagai alat untuk bekerja sama atau komunikasi dalam kehidupan masyarakat. Untuk berkomunikasi sebenarnya dapat digunakan cara lain, misalnya isyarat, lambang-lambang, gambar, atau kode-kode tertentu lainnya. Namun dengan bahasa komunikasi dapat berlangsung dengan baik”. Menurut Haliday (Ngalimun & Alfulaila, 2014:116) memaparkan berkaitan dengan fungsi bahasa:

(a) Fungsi instrumental yang bermaksud pengelolaan lingkungan, menyebabkan peristiwa-peristiwa tertentu terjadi. (b) Fungsi regulasi bertindak untuk mengawasi serta mengendalikan peristiwa-peristiwa. (c) Fungsi interaksional bertugas untuk menjamin serta memantapkan

ketahanan dan kelangsungan komunikasi sosial. (d) Fungsi personal memberi kesempatan kepada seseorang pembicara untuk mengekspresikan perasaan, emosi, pribadi, serta reaksi-reaksi yang mendalam. (e) Fungsi heuristik melibatkan penggunaan bahasa untuk memperoleh ilmu pengetahuan, mempelajari seluk-beluk lingkungan. Fungsi *heuritic* sering kali disampaikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang menuntut jawaban secara khusus anak-anak mendapatkan penggunaan fungsi ini dalam aneka pertanyaan “mengapa” yang tidak putus-putusnya mengenai dunia sekeliling alam sekitar mereka.

Berdasarkan pendapat di atas dapat peneliti simpulkan bahwa bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi yang digunakan dalam berbagai konteks, baik lisan maupun tulisan di dalam masyarakat atau penutur dan lawan tutur. Bahasa menjadikan komunikasi berlangsung dengan baik dan sempurna.

3. Ciri-ciri Bahasa

Bahasa selalu digunakan manusia sebagai alat untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa mempunyai beberapa ciri-ciri, seperti yang dijabarkan Chaer (2014:33) menyatakan bahwa:

“Bahasa mempunyai ciri-ciri yakni (1) bahasa adalah sebuah sistem; (2) bahasa berwujud lambang; (3) bahasa berupa bunyi; (4) bahasa bersifat arbitrer; (5) bahasa bermakna; (6) bahasa bersifat konvensional; (7) bahasa bersifat unik; (8) bahasa itu bersifat universal; (9) bahasa itu bersifat produktif; (10) bahasa itu bervariasi; (11) bahasa itu bersifat dinamis; (12) bahasa itu berfungsi sebagai alat interaksi sosial; (13) bahasa itu merupakan identitas penuturnya”.

Achmad & Abdullah (2012:3) mengemukakan beberapa ciri-ciri bahasa yaitu sebagai berikut: “(1) Bahasa adalah sebuah sistem, (2) Bahasa sebagai lambang (3) Bahasa adalah bunyi (4) Bahasa itu bermakna (5) Bahasa itu arbitrer (6) Bahasa itu konvensional (7) Bahasa itu produktif (8) Bahasa itu unik”.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa bahasa memiliki ciri-ciri yaitu sebuah sistem, lambang, bunyi, arbitrer, unik, bervariasi, konvensional, dinamis, identitas penutur dan bersifat produktif. Dengan ciri-ciri tersebut bahasa menjadi alat interaksi baik dan sempurna bagi manusia.

B. Pengertian Pragmatik

Pragmatik merupakan cabang ilmu linguistik yang mempelajari makna bahasa yang berkaitan dengan konteks atau situasi bahasa. Tarigan (2015:30) menyatakan bahwa “pragmatik adalah menelaah ucapan-ucapan khusus dalam situasi-situasi khusus dan memusatkan perhatian pada aneka ragam cara yang merupakan wadah aneka konteks sosial”. Menurut Nadar (2013:30) “pragmatik merupakan cabang linguistik yang mempelajari bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dalam situasi tertentu.

Pendapat dari Yule (2014:188) mengatakan bahwa “pragmatik adalah kajian makna yang tidak terlihat, atau bagaimana kita mengetahui apa yang dimaksud bahkan ketika makna tersebut sebenarnya tidak dikatakan atau ditulis”. Darwis (2018:2) menjelaskan “pragmatik adalah telaah penggunaan bahasa nyata dan sesuai dengan konteks pemakaiannya, sedangkan konteks yang dimaksud adalah segala latar belakang pengetahuan dimiliki oleh penutur dan mitra tutur serta menyertai dan mewadahi sebuah tuturan”. Yuniarti (2014:238) memaparkan “pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang

mempelajari struktur bahasa secara eksternal yaitu berkaitan dengan bagaimana satuan bahasa itu digunakan dalam komunikasi”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat peneliti simpulkan bahwa pragmatik adalah cabang ilmu linguistik yang mempelajari makna bahasa yang berkaitan dengan konteks atau situasi bahasa itu dituturkan atau disampaikan. Konteks yang dimaksud adalah segala latar belakang pengetahuan dimiliki oleh penutur dan mitra tutur serta menyertai dan mewadahi sebuah tuturan.

Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa pragmatik adalah cabang ilmu linguistik yang mempelajari makna bahasa yang berkaitan dengan konteks atau situasi bahasa itu dituturkan atau disampaikan. Pragmatik juga membahas bentuk dan nilai komunikatif kalimat dalam bahasa Indonesia. Di dalamnya, Rahardi (2005:71) mengklasifikasikan bentuk dan nilai komunikatif kalimat dalam bahasa Indonesia menjadi lima yaitu, “(1) kalimat deklaratif, (2) kalimat interogatif, (3) kalimat imperatif, (4) kalimat eksklamatif, (5) kalimat empatik”. Peneliti memilih memfokuskan penelitian kepada kalimat imperatif sebagai fokus penelitian.

C. Hakikat Kalimat Imperatif

Kalimat adalah sebuah satuan terkecil dari bahasa berwujud lisan maupun tulisan yang mengutarakan pikiran seseorang. Pendapat Suhardi (Saputri, 2017:2) menyatakan bahwa “secara tradisional biasanya kalimat dibatasi sebagai suatu kumpulan atau rangkaian kata (ujaran) yang mengandung

pengertian dan menyatakan pikiran yang lengkap”. Kata, frasa, klausa merupakan unsur-unsur terbentuknya suatu kalimat. Sedangkan imperatif artinya adalah memerintah. Imperatif erat kaitannya dengan kalimat, sebab memerintah sering kali dikaitkan dengan kalimat, baik itu berupa tuturan ataupun tulisan. Jadi kalimat imperatif adalah kalimat yang sifatnya memerintah.

Berdasarkan pendapat Rahardi (2005:79) bahwa “kalimat imperatif dalam bahasa Indonesia dapat diklasifikasikan secara formal menjadi lima macam, yakni (1) kalimat imperatif biasa, (2) kalimat imperatif permintaan, (3) kalimat imperatif pemberian izin, (4) kalimat imperatif ajakan, dan (5) kalimat imperatif suruhan”. Untuk lebih jelasnya akan peneliti paparkan hal-hal yang berkenaan dengan kalimat imperatif dalam sub-sub poin berikut.

1. Pengertian Kalimat Imperatif

Kalimat imperatif adalah kalimat yang sifatnya memerintah atau memberikan arahan yang mengharapkan tanggapan dari pihak pendengar maupun pembaca. Kalimat imperatif tidak hanya sebatas memerintah atau memberikan arahan tetapi juga berfungsi untuk meminta bahkan melarang seseorang untuk melakukan sesuatu.

Pendapat Rahardi (2005:79) mengatakan bahwa “kalimat imperatif yaitu kalimat yang memerintah atau meminta agar mitra tutur melakukan sesuatu sebagaimana diinginkan si penutur”. Nuryani (2014:187) menyatakan bahwa “kalimat imperatif dapat dikatakan sebagai kalimat

perintah yaitu sebuah kalimat yang menghendaki adanya reaksi atau tanggapan dari pihak yang menjadi lawan bicara”.

Kalimat imperatif atau disebut juga kalimat perintah. Hal ini senada dengan Mulyono (2014:58) yang berpendapat bahwa “kalimat perintah atau kalimat imperatif ialah kalimat yang isinya berupa perintah dari pembicara kepada pihak lain”. Menurut Khairan dan Ridwan (2015:222) “kalimat perintah adalah kalimat yang dibentuk untuk mengharapkan tanggapan yang berupa tindakan”. Zakaria dan Utami (2016:124) memaparkan bahwa “kalimat imperatif atau kalimat perintah maksudnya adalah memberitahukan kepada mitra tutur bahwa si penutur menghendaki orang yang bertutur itu melakukan apa yang diberitahukannya”. Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa kalimat imperatif adalah kalimat yang isinya berupa perintah yang mengharapkan sebuah tanggapan yang berupa tindakan dari pendengar atau pembaca.

2. Jenis Kalimat Imperatif

Kalimat imperatif atau kalimat perintah dapat diklasifikasikan menjadi beberapa macam. Seperti yang dipaparkan Rahardi (2005:79) “kalimat imperatif dalam bahasa Indonesia dapat diklasifikasikan secara formal menjadi lima macam, yakni (1) kalimat imperatif biasa, (2) kalimat imperatif permintaan, (3) kalimat imperatif pemberian izin, (4) kalimat imperatif ajakan, dan (5) kalimat imperatif suruhan”. Menurut Keraf (1991:206) kalimat imperatif dikelompokkan menjadi tujuh macam, yaitu

“ (1) kalimat imperatif biasa, (2) kalimat imperatif permintaan, (3) kalimat imperatif mengizinkan, (4) kalimat imperatif ajakan, (5) bersyarat, (6) kalimat imperatif sindiran, (7) kalimat imperatif larangan”.

a. Kalimat Imperatif Biasa

Kalimat imperatif biasa adalah bentuk sederhana dari sebuah kalimat memerintah, karena memuat perintah secara langsung. Yusra (2018:97) menyatakan bahwa “kalimat imperatif biasa merupakan kalimat yang menyuruh lawan bicaranya untuk berbuat sesuatu”. Sejalan dengan Kamdhi (2003:9) mengemukakan “kalimat imperatif biasa merupakan kalimat yang mengungkapkan perintah agar yang diajak berbicara dapat melakukan perbuatan yang dikehendaki pembicara”. Khairan dan Ridwan (2015:222) berpendapat bahwa “kalimat imperatif biasa digunakan jika pembicara menyuruh lawan bicaranya berbuat sesuatu”.

Berbeda dengan Rahardi (2005:79) menyatakan bahwa “kalimat imperatif biasa yaitu sebuah kalimat yang memiliki ciri-ciri berikut: (1) berintonasi keras, (2) didukung dengan kata kerja dasar, dan (3) berpartikel penguat *-lah*. Kalimat imperatif jenis ini dapat berkisar antara imperatif yang sangat halus sampai dengan imperatif yang sangat kasar”. Kalimat yang berintonasi keras biasanya ditandai dengan tanda seru (!) yang mengikutinya. Kata kerja umumnya berakhiran *-an, -i, -kan*.

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli, maka dapat peneliti simpulkan bahwa kalimat imperatif biasa adalah sebuah kalimat yang bermakna untuk menyuruh lawan bicara untuk melakukan sesuatu yang dikehendaki si pembicara. Kalimat perintah biasa merupakan kalimat perintah dalam bentuk yang paling sederhana, karena isinya memuat perintah secara langsung. Kalimat imperatif biasa ditandai dengan pemberian partikel *lah*, berintonasi keras, dan didukung dengan kata kerja. Rahardi (2005:79) dalam bukunya yang berjudul “Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia” menjelaskan mengenai contoh kalimat imperatif biasa diantaranya sebagai berikut.

- 1) “Monik, lihat!”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh teman Monik pada saat ia ingin menunjukkan buku yang baru saja dibelinya dari toko buku kepada Monik.

Keduanya adalah teman satu kos.

- 2) “Usir kucing itu!”.

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang ibu yang sedang jengkel dengan kucing peliharaannya yang baru saja menghabiskan ikan goreng di meja makan.

- 3) “Kita lihat! Pokoknya percaya boleh tidak juga boleh. Ayo.... kita lihat!”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang tukang sulap pada saat ia tampil di tengah anak-anak di sebuah desa.

- 4) “Tenang-tenanglah dulu, Pong! Sabar....sabar dulu!”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh teman Ipong yang saat itu melihat Ipong tergesa-gesa akan meluapkan emosi kepadanya.

- 5) “Diam! Hansip tahu apa.”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang polisi yang sedang berseteru dengan hansip dalam sebuah keramaian di kampung. Antara hansip dengan polisi terjadi perbedaan pendapat tentang kejadian pada acara keramaian kampung itu.

b. Kalimat Imperatif Permintaan

Kalimat imperatif permintaan adalah kalimat dengan kadar perintah yang sangat halus. Normasunah (2017:92) menyatakan bahwa “kalimat imperatif permintaan adalah kalimat dengan masing-masing tuturan yang mengandung makna permintaan”. Selanjutnya Khabibah (2015:57) mengemukakan bahwa “kalimat imperatif permintaan yaitu kalimat yang ditandai oleh pemakaian penanda tolong, minta”. Sejalan dengan Alwi, dkk. (Bandana, 2016:232) menyatakan bahwa “Kalimat imperatif permintaan adalah kalimat imperatif jika pembicara, demi kepentingannya, minta lawan bicaranya berbuat sesuatu. Kalimat seperti itu ditandai dengan kata minta dan mohon”. Menurut Saputri

(2017:42) “Kalimat imperatif permintaan ditandai dengan penggunaan penanda kesantunan, misalnya tolong, coba, harap, mohon, sudilah kiranya, dapatkah seandainya, diminta dengan hormat, dan dimohon dengan sangat”.

Pendapat Kamdhi (2003:10) mengatakan bahwa “kalimat imperatif permintaan merupakan penghalusan suatu ajakan dengan menggunakan kata tugas: sudi, silahkan, kiranya”. Rahardi (2005:80) mengungkapkan bahwa “kalimat imperatif permintaan adalah kalimat dengan kadar suruhan yang sangat halus”. Sejalan dengan Zakaria dan Utami (2016:126) menyatakan “kalimat imperatif permintaan adalah kalimat dengan kadar suruhan sangat halus”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa kalimat imperatif permintaan adalah sebuah kalimat yang mengandung makna perintah dengan kadar suruhan yang sangat halus. Kalimat yang dipakai ditandai dengan pemakaian penanda tolong, minta. Ketika seseorang akan meminta orang lain melakukan sesuatu, maka kalimat yang dipakai biasanya bermakna halus sehingga menunjukkan kesopanan. Kesopanan inilah yang memungkinkan seseorang agar mau melakukan apa yang disuruh atau diperintah. Rahardi (2005:80) dalam bukunya yang berjudul “Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia” menjelaskan mengenai contoh kalimat imperatif permintaan diantaranya sebagai berikut.

- 1) “Anak-anak sekalian..... Coba jangan ramai, Bapak akan menjelaskan materi yang baru! Buku tulisnya diambil dulu”.

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang guru di depan para muridnya di sebuah sekolah dasar. Tuturan itu disampaikan sang guru pada saat situasi kelas sangat gaduh.

- 2) “Kalau boleh, nanti malam saya mau berangkat lagi ke Jakarta! Besok sore aku harus bertemu Tatang di Bekasi.”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang bapak yang berprofesi sebagai pedagang di Jakarta pada saat ia di Yogyakarta sedang mengunjungi istri dan anak-anaknya.

- 3) “Diharapkan dengan sangat agar pengunjung tidak merokok di ruangan ber-AC ini”.

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang petugas pada loket masuk sebuah gedung yang di dalamnya berfasilitas AC. Tuturan ini disampaikan karena beberapa anak muda akan memasuki gedung itu, namun mereka tidak mematikan rokok mereka.

- 4) “Sudilah kiranya Bapak berkenan menanggapi surat kami secepatnya”.

Informasi Indeksal:

Disampaikan oleh seorang pelamar pekerjaan dalam sebuah surat lamaran yang disertai berkas-berkas kelengkapan lamaran.

- 5) “Dapatkah saudara membacakan makalah ini, seandainya saya tidak dapat meneruskan!”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang pemakalah yang sudah berusia lanjut kepada asisten yang selalu menyertainya pada acara-acara akademik formal.

- 6) “Dimohon dengan hormat agar hadirin berkenan pindah ke ruangan sebelah untuk beramah-tamah bersama!”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang pewara dalam sebuah pertemuan formal wisuda pada sebuah kampus ternama di Yogyakarta.

- 7) “Dengan segala rendah hati, kami mohon kiranya bapak berkenan mempertimbangkan lamaran kami!”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang pelamar pada saat ia bertemu dengan pimpinan perusahaan ketika ia dipanggil untuk mengikuti wawancara.

c. Kalimat Imperatif Ajakan

Kalimat imperatif ajakan adalah kalimat yang bermaksud mengajak seseorang melakukan sesuatu bersama-sama. Khairan dan Ridwan (2015:224) mengemukakan bahwa “kalimat imperatif ajakan

digunakan jika pembicara mengajak atau berharap lawan bicara berbuat sesuatu”. Mulyono (2014:59) menyatakan “kalimat imperatif ajakan adalah kalimat perintah yang isinya mengajak pihak lain untuk melakukan sesuatu bersama-sama dengan pembicara”. Sejalan Ramaniyar (2017:199) “Kalimat perintah ajakan adalah kalimat yang mengandung makna ajakan agar mitra tutur mau mengikuti apa yang dikehendaki oleh sang penutur. Sehingga ada kerja sama yang baik antara penutur dan mitra tutur dengan adanya ajakan tersebut ada hubungan yang sangat erat antara penutur dan mitra tutur”.

Pendapat lain disampaikan oleh Rahardi (2005:82) yang menyatakan bahwa “kalimat imperatif ajakan ialah kalimat yang biasanya digunakan dengan penanda kesantunan ayo (yo), biar, coba, mari, harap, hendaknya, dan hendaklah”. Sejalan dengan pendapat Darmawanti, dkk. (2019:330) menyatakan bahwa “Kalimat imperatif ajakan diungkapkan dengan penanda ayo dan intonasi biasa. Kalimat imperatif ajakan berisi penanda misalnya, ayo, biar, coba, mari, harap, hendaknya, dan hendaklah. Kalimat imperatif ajakan subjek boleh ada atau pun dilesapkan”.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli, maka dapat peneliti simpulkan bahwa kalimat imperatif ajakan adalah sebuah kalimat perintah yang mengandung makna agar mitra tutur mau melakukan sesuatu bersama-sama dengan penutur. Kalimat imperatif ajakan umumnya memiliki kadar perintah yang halus dan sopan. Kalimat ini

biasanya menggunakan penanda kesantunan ayo , coba, mari, harap, hendaknya, dan hendaklah”. Rahardi (2005:82) dalam bukunya yang berjudul “Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia” menjelaskan mengenai contoh kalimat imperatif ajakan diantaranya sebagai berikut.

- 1) “Tut... Ayo, naik mobilku saja. Ayo.. ndak apa-apa. Aku lewat sana, kok”.

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang mahasiswa kepada seorang mahasiswi, temannya, yang saat itu sedang berjalan sendirian di lorong kampus. Dengan sedikit malu, mahasiswi itu masuk ke mobil sang mahasiswa yang sebenarnya belum terlalu berhubungan akrab.

- 2) “Ian.... Biar kita nanti tinggal di rumah saja! Bapak biar pergi sendirian”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang ibu kepada anaknya yang saat itu ingin mengikuti ayahnya pergi ke luar kota. Rencananya memang sang ayah akan berangkat bersama istrinya, namun karena anaknya bersi- keras akan ikut ayahnya, ia terpaksa membatalkan kepergiannya.

- 3) “Vendi.... coba kita geser dulu meja ini! kursinya kamu angkat dulu!”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang ibu pada saat ia bersama dengan putra-putrinya mengatur ruang makan di rumahnya.

- 4) “Mari, kita bersihkan dulu rumput-rumput di depan gedung itu!”.

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang pimpinan pada saat kerja bakti bersama karyawan-karyawan menjelang peringatan kemerdekaan.

- 5) “Harap diselesaikan dahulu tugas berat ini bersama-sama!”

Informasi Indeksal:

Dituturkan oleh seorang direktur kepada para pembantunya yang saat itu sudah akan pulang ke rumah masing-masing, sedangkan pekerjaan yang harus dikerjakan bersama masih banyak.

D. Iklan

Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bermaksud untuk memengaruhi khalayak/masyarakat agar melakukan sesuatu sesuai isi atau pesan dari iklan tersebut. Menurut Wright (Jaiz, 2014:3) “iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasi”. Iklan sudah sangat familiar kita jumpai, persebarannya sudah sangat luas di masyarakat.

Iklan sering kali terlihat dalam bentuk penawaran barang ataupun jasa. Menurut Kasali, (1992:9) menyatakan bahwa “iklan merupakan pesan yang

menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media”. Senada dengan Hendy (2009:71) memaparkan bahwa “Kegiatan kita yang bertujuan untuk menjual, memperkenalkan, sama juga dengan pengertian iklan”.

Bahasa dalam iklan dibuat untuk memengaruhi masyarakat agar tertarik melakukan sesuatu sesuai isi atau pesan dari iklan tersebut. Menurut Rani (Briyandewo, 2017:9) “dalam segi bahasa ada tiga aspek : (1) menggunakan bahasa yang menarik dan memengaruhi khalayak, (2) memperkenalkan, (3) mengekspos suatu produk kepada khalayak”. Selanjutnya Koesworo (Nursalim, 2014:261) berpendapat bahwa “bahasa periklanan memiliki kekhasan tertentu, di antaranya adalah: (1) sederhana, singkat-padat, jelas, langsung (*to the point*), (2) hidup, lincah, sesuai dengan zamannya, mengandung kekayaan bahasa, (3) kalimat singkat dan kata-kata positif, mengandung banyak fakta dan menggunakan kata sedikit mungkin (*more ang less word*), (4) bahasa masyarakat dengan mengutamakan isi, memperhatikan tata bahasa, dan (5) memiliki banyak gaya (*style*) bahasa”. Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa bahasa iklan menggunakan bahasa yang menarik dan memengaruhi khalayak, memperkenalkan atau mengekspos suatu produk, menggunakan bahasa sederhana, jelas, memiliki banyak gaya bahasa sesuai dengan zamannya.

Iklan yang baik memiliki ciri-ciri sebagai berikut. Muslimin (2015) memaparkan bahwa “(1) iklan yang diteliti harus bersifat menjual meskipun iklan itu hanya bertujuan mengingatkan saja; (2) rahasia keberhasilan iklan

adalah pengulangan, apakah pengulangan itu dengan memanfaatkan iklan secara kontinu atau pengulangan tubuh iklan itu sendiri; (3) pesan iklan harus memanfaatkan kata-kata secara maksimal dan menyampaikan pesannya dengan segera; (4) setiap kata yang digunakan harus mudah dipahami dan tidak ada kemungkinan untuk menimbulkan keraguan di benak pembaca; dan (5) kata-katanya singkat, kalimat-kalimatnya pendek (6) menarik dan komunikatif; (7) sifatnya persuasi”.

Iklan terbagi menjadi berbagai bentuk. Seperti yang dijabarkan Jaiz (2014) bahwa “beberapa bentuk iklan yaitu: iklan cetak surat kabar, iklan cetak baliho, iklan cetak iklan cetak poster, iklan spanduk, dan lain-lain”.

Setelah menelaah penjabaran diatas maka didapat beberapa istilah yang dikenal dalam iklan yaitu surat kabar, baliho, poster, spanduk. Peneliti akan menjabarkan perbedaan dari beberapa istilah tersebut. (1) surat kabar, adalah lembaran-lembaran kertas yang bertuliskan berita dan sebagainya. (2) baliho, ialah bentuk promosi iklan luar ruang (*outdoor advertising*) yang isinya merupakan informasi dan dipancangkan di tepi jalan atau di atap sebuah gedung atau di tempat-tempat yang ramai dilihat orang banyak. (3) poster, adalah karya grafis dalam bentuk media komunikasi visual yang diterapkan di atas selembar kertas berukuran tertentu dengan komposisi dan tata letak huruf, gambar serta warna yang menarik, umumnya ditempel di beberapa dinding yang dianggap strategis, umumnya iklan poster berada di jalan raya. (4) spanduk merupakan alat promosi yang mempunyai mobilitas tinggi artinya

alat promosi ini dapat dibawa atau dipindahkan sesuai dengan tempat yang diinginkan.

Berdasarkan tujuannya iklan diklasifikasikan menjadi dua yaitu iklan komersial dan non komersial (layanan masyarakat). Sejalan dengan Hendy (2009:72) menyatakan bahwa “secara umum iklan dibagi menjadi 2 kategori, yaitu iklan bisnis, atau biasa disebut iklan komersial, dan yang kedua, adalah iklan non bisnis, atau iklan non komersial”.

1. Iklan Komersial

Iklan komersial ialah iklan yang menawarkan barang dan jasa. Jaiz (2014:68) memaparkan bahwa iklan komersial “bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, terjadinya peningkatan penjualan dimana sasaran pesan yang dituju adalah untuk seseorang atau lembaga yang akan mengolah dan atau menjual produk yang diiklankan tersebut kepada konsumen akhir”. Sejalan dengan pendapat Hendy (2009:72) tentang “iklan komersial, yaitu tujuannya untuk meraih keuntungan yang setinggi-tingginya, dengan memperkenalkan produk atau jasa”.

Pesan-pesan yang terdapat dalam iklan komersial disusun secara terstruktur, baik dalam kata-kata, kalimat, pemilihan warna dan gambar, pemilihan media yang cocok, bahkan pemilihan waktu penyebaran iklan guna menjangkau sasaran dengan baik. Iklan komersial sangat terikat pada metode dan aturan-aturan tertentu.

2. Iklan Non Komersial (Iklan Layanan Masyarakat)

Iklan non komersial biasa disebut juga dengan iklan sosial atau iklan layanan masyarakat. Iklan ini tidak bertujuan untuk menawarkan barang dan jasa. Bittner (Romi 2013:28) mendefinisikan bahwa:

“public service and social responsibility advertising support nonprofit causes and organization. Time or space for this type of advertising is provided free as a service to public by the print or broadcast media”.

Artinya: iklan layanan masyarakat adalah iklan yang sifatnya non profit, tidak mencari keuntungan akibat pemasangannya kepada khalayak”. Menurut Jaiz (2014:68) iklan layanan masyarakat ialah “iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau menidik khalayak di mana tujuan akhir bukan keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial”. Selanjutnya Hendy (2009:73) menyatakan bahwa iklan non komersial “bentuknya pelayanan biasanya gratis, dan serentak diberlakukan di seluruh propinsi, contohnya pin-pekan imunisasi nasional, memperingati hari aids sedunia, dll”.

Iklan non komersial atau iklan layanan masyarakat umumnya bertujuan memberikan memberikan informasi dan penerangan yang sarat akan pendidikan kepada masyarakat untuk berpartisipasi, bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan. Iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penataan dan perancangan yang ketat seperti halnya iklan komersial.

Peneliti tertarik memilih iklan di Kota Pontianak sebagai objek penelitian yang mengacu pada kalimat imperatif sebab di Kota Pontianak banyak

terdapat iklan, dari beberapa iklan yang terpasang, terdapat iklan yang menampilkan kalimat imperatif. Selanjutnya karena iklan di Kota Pontianak dapat digunakan dalam menyampaikan informasi kepada orang lain melalui tulisan sehingga dapat mudah tersampaikan maksud dan tujuan dari informasi tersebut. Karena penggunaan bahasa yang ada dalam iklan di Kota Pontianak tersebut terdapat kalimat imperatif sehingga menarik untuk dikaji menggunakan kajian pragmatik. Kemudian karena kalimat imperatif yang terdapat dalam iklan di Kota Pontianak itu kompleks. Alasan terakhir karena peneliti ingin mencari tahu bagaimana kalimat imperatif yang ada dalam iklan di Kota Pontianak.

E. Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan sebelumnya pernah diteliti oleh Sufla Sri Deviza (2017) tentang skripsi IKIP PGRI Pontianak “Kalimat Imperatif” *“Analisis Kalimat Imperatif Pada Kumpulan Teks Drama Siswa kelas XI SMA Negeri 1 Sebawi Kabupaten Sambas”*. Penelitian ini relevan karena sama-sama meneliti mengenai kalimat imperatif dalam bentuk tulisan. Perbedaannya yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Sufla Sri Deviza mengambil kalimat imperatif biasa, kalimat imperatif permintaan, kalimat imperatif pemberian izin, kalimat imperatif ajakan, dan kalimat imperatif suruhan sebagai sub fokus masalah yang diteliti. Sedangkan peneliti hanya mengambil tiga jenis kalimat imperatif yang dijadikan sub fokus dalam penelitian ini yaitu meliputi kalimat imperatif biasa, kalimat imperatif permintaan, dan kalimat imperatif ajakan. *“Deskripsi Kalimat Imperatif Dalam Bahasa Lisan Ustadz Maulana*

dengan Tema Bersedekah Pada Orang Tua dan Di Balik Sebuah Musibah Di Youtube” skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta merupakan penelitian relevan yang diteliti oleh Dewi Astutik (2015). Penelitian ini relevan karena sama-sama meneliti tentang kalimat imperatif. Perbedaannya yaitu pada objek penelitiannya, Dewi Astutik mengambil kalimat-kalimat berbentuk lisan sebagai objek penelitiannya, sedangkan penelitian ini mengambil kalimat-kalimat berbentuk tulisan sebagai objek penelitian. Skripsi Dewi Astutik terdapat 58 wujud kalimat imperatif. Sedangkan dalam skripsi ini terdapat 41 wujud kalimat imperatif.