

BENTUK-BENTUK KALIMAT IMPERATIF PERMINTAAN PADA IKLAN ROKOK *DJARUM 76*

Hodairiyah

arifakaffah14@gmail.com

Faris Febri Utama

ffarisspeed@gmail.com

Abstract: This study focused on the structures of requesting imperative sentences of *Djarum 76* cigarette advertisement. The researchers tried to explain the types, structures, and markers on verbal requests which appear on *Djarum 76* advertisements on TV during 2009-2014. This study applied descriptive qualitative method. The data were requesting sentences in the advertisements of *Djarum 76* which were taken from Youtube website. The process of data collection involved watching, listening, and note taking technique. Meanwhile, for data analysis, the researchers applied distributional method. The results of this study show that: (1) not all requesting sentences on *Djarum 76* advertisements omitted their subjects which referred to the speakers; (2) the requests could be expressed in different ways, such as by using a minor sentence and not a clause which refer to the previous sentence as well as using nominal phrase (e.g. *kuda poni*) as what appeared on six advertisements. In addition, requesting sentences on advertisement of *Djarum 76* had some different markers for requesting sentences compared to what is stated in the existing theories, such in the use of the words *mau*, *ingin*, dan *jadikan* contrasted to the common term *minta*.

Keywords: structure; request; *Djarum 76*; advertisement

PENDAHULUAN

Satuan lingual berupa kalimat dapat dijadikan objek kajian penelitian. Kalimat dapat bersumber dari tuturan yang sifatnya lisan maupun tulisan. Suatu contoh kalimat yang dituturkan secara lisan dapat diamati dari berbagai media elektronik, seperti radio dan televisi. Melalui televisi kita dapat menemukan berbagai jenis kalimat dengan struktur dan isi yang sangat beragam.

Menurut Alwi (2003) sebuah kalimat paling tidak mengandung unsur subjek dan predikat serta telah dibubuhi intonasi atau tanda baca. Tanpa adanya intonasi akhir atau tanda baca, deretan kata tidak bisa disebut sebagai suatu kalimat, melainkan hanya sebagai satuan lingual yang berupa klausa. Kalimat dengan penandanya berupa intonasi akhir di antaranya dapat dilihat pada

iklan rokok *Djarum 76* yang sering muncul di media televisi.

Menurut Susanti & Agustini (2017), kegiatan bertutur pada dasarnya selalu terjadi di masyarakat dan melibatkan dua pihak yang masing-masing berperan sebagai penutur dan mitra tutur. Iklan rokok *Djarum 76* pada periode tahun 2009 hingga 2014 banyak menampilkan interaksi verbal secara lisan antara tokoh jin dan tokoh lain sebagai pihak yang membebaskan tokoh jin tersebut dari teko ajaib. Ketika jin dibebaskan dari teko ajaib, dia selalu akan mempersilakan pihak yang membebaskannya untuk mengajukan satu atau beberapa permintaan, sesuai dengan jumlah yang ditentukannya. Tuturan yang berisi permintaan merupakan contoh realisasi dari kalimat, khususnya kalimat dengan penandanya yang berupa intonasi. Hal menarik yang perlu dicermati di sini, permintaan-

permintaan yang diajukan dalam iklan tersebut selalu diwujudkan dalam kalimat yang berbeda-beda dari satu edisi iklan ke edisi yang lain, walaupun ada pula beberapa di antaranya yang menggunakan kalimat yang hampir sama. Permintaan dalam iklan rokok *Djarum 76* diungkapkan dengan panjang kalimat yang berbeda-beda. Ada permintaan yang diungkapkan dengan singkat dan cenderung janggal, karena ada bagian kalimat yang rumpang, dan ada pula yang dituturkan dengan menggunakan kalimat yang cukup panjang dan lengkap dari sisi unsur pembangunnya.

Jika dilihat dari bentuk sintaksisnya, kalimat permintaan termasuk dalam jenis kalimat imperatif (perintah). Kalimat imperatif adalah mood imperatif yang berfungsi untuk membantu penyampaian pesan terhadap pendengar untuk berbuat atau melarang sesuatu (Hao & Shi 2018). Perintah atau suruhan dan permintaan jika ditinjau dari isinya, dapat diperinci menjadi enam jenis, yakni: (1) perintah atau suruhan biasa, (2) perintah halus, (3) permohonan, (4) ajakan dan harapan, (5) larangan atau perintah negatif, serta (6) pembiaran (Alwi dkk. 2003, 353). Sejalan dengan itu, Alisjahbana (dalam Rahardi 2005) juga membedakan kalimat imperatif menjadi empat macam, yaitu: (1) perintah yang menunjuk pada suatu kewajiban, (2) perintah yang bermakna mengejek, (3) perintah yang bermaksud memanggil, dan (4) perintah yang merupakan permintaan. Berdasarkan klasifikasi kalimat imperatif tersebut, kalimat yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini termasuk dalam golongan kalimat perintah yang isinya berupa permohonan atau permintaan. Alwi (2003) menjelaskan bahwa kalimat imperatif permintaan biasanya menggunakan satuan lingual penanda berupa kata 'mohon' dan 'minta'.

Penelitian tentang kalimat imperatif memang sudah cukup banyak jumlahnya, baik kalimat imperatif

dalam bahasa Indonesia maupun bahasa daerah. Penelitian kalimat imperatif dalam bahasa daerah biasanya membahas tentang penanda kalimat imperatif tersebut. Nuryani (2014) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kalimat imperatif dalam bahasa Jawa ditandai oleh beberapa hal, seperti penggunaan tanda baca (!) dengan intonasi tertentu, yang predikatnya mendapatkan akhiran *-en*, *-a*, *-ana* atau *-na*, dan dapat ditambah dengan kata penunjuk perintah seperti: *ayo*, *sumangga*, *mangga*, dan *coba*. Sedikit berbeda dengan penelitian di atas, Sartini (2012) mencoba untuk menjelaskan tipe-tipe kalimat imperatif bahasa Indonesia ragam lisan formal dalam ujian terbuka. Hasilnya, ditemukan tipe kalimat imperatif yang diperluas dengan kata, frasa, dan klausa pada sebelah kanan atau kiri verba, ataupun keduanya. Penelitian kalimat imperatif dalam bahasa Indonesia juga telah dilakukan oleh Astutik (2015) dalam naskah publikasi skripsinya. Penelitian tersebut mendeskripsikan kalimat imperatif dalam bahasa lisan ustadz Maulana dengan tema tertentu yang datanya diambil dari Youtube. Hasil penelitian tersebut menemukan ada lima jenis kalimat imperatif, masing-masing: kalimat imperatif biasa, kalimat imperatif permintaan, kalimat imperatif pemberian izin, kalimat imperatif ajakan, dan kalimat imperatif larangan.

Penelitian ini setidaknya memiliki beberapa perbedaan jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya seperti yang telah dijelaskan di atas. Pertama, ditinjau dari lingkup bahasa yang diteliti, penelitian yang dilakukan oleh ketiga peneliti sebelumnya datanya hanya terbatas pada satu lingkup bahasa, yakni bahasa Jawa oleh Nuryani (2014), dan bahasa Indonesia oleh Sartini (2012) dan Astutik (2015). Hal ini berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan data berupa kalimat

imperatif berbahasa Indonesia dengan ragam nonformal yang sebagian kalimatnya juga mengandung unsur kosakata bahasa Jawa. Kedua, penelitian ini berusaha mengamati fenomena kalimat imperatif yang ada pada sebuah iklan produk, sehingga sangat dimungkinkan adanya variasi bentuk kalimat imperatif jika dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryani (2014) pada bahasa Jawa secara umum, Sartini (2012) dalam kalimat imperatif bahasa Indonesia formal, dan Astutik (2015) dalam konteks ceramah.

Telah disinggung sebelumnya bahwa kalimat setidaknya mengandung subjek dan predikat dengan penanda berupa tanda baca atau intonasi tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pola, struktur, dan penanda dalam kalimat-kalimat imperatif permintaan lisan yang terdapat padadalam iklan rokok *Djarum 76* yang pernah tayang beberapa edisi di televisi. Teori-teori yang berkaitan dengan struktur kalimat akan dijadikan dasar sekaligus pembanding dalam upaya menjelaskan fenomena-fenomena kebahasaan pada kalimat imperatif permintaan yang ditemukan pada iklan tersebut. Dari sini diharapkan dapat diketahui realita tentang pola dan struktur kalimat imperatif permintaan dalam iklan rokok *Djarum 76* yang ditinjau dari teori-teori mengenai struktur kalimat yang sudah ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian jenis penelitian deskriptif-kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kalimat imperatif permintaan yang bersumber dari tayangan iklan rokok *Djarum 76* yang diambil dari situs Youtube. Pengambilan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik simak dan catat. Teknik ini dilakukan dengan cara mengadakan penyimakan terhadap pemakaian bahasa lisan dan mengadakan pencatatan terhadap data

relevan yang sesuai dengan sasaran dan tujuan penelitian (Subroto 2011). Realisasi dari teknik pengambilan data tersebut adalah dengan cara mengunduh tayangan iklan rokok *Djarum 76* dari Youtube untuk dipahami dan kemudian ditranskripsi percakapannya guna mendapatkan data penelitian yang berupa kalimat imperatif permintaan. Data berupa kalimat inilah yang kemudian dianalisis dan disajikan hasilnya.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode agih dengan teknik dasar bagi unsur langsung (BUL). Sudaryanto (2015) menjelaskan bahwa prinsip kerja metode agih itu jelas selalu berupa bagian atau unsur dan bahasa objek sasaran penelitian itu sendiri, seperti kata (kata ingkar, preposisi, adverbial, dsb.), fungsi sintaktis (subjek, objek, predikat, dsb.), klausa, silabi kata, titi nada, dan yang lain. Teknik lanjutan yang digunakan untuk analisis data adalah teknik sisip dan ganti. Teknik dasar BUL dilakukan dengan cara membagi unsur-unsur pembangun dalam kalimat seperti subjek, predikat, objek, keterangan maupun pelengkap, sesuai yang ditemukan dalam data. Berdasarkan teori, kalimat imperatif permintaan pada umumnya ditandai oleh kata 'minta' dan 'mohon'. Subjek sebagai pelaku dalam kalimat imperatif permintaan seringkali tidak dimunculkan dalam kalimat (Alwi dkk. 2003, 356). Ungkapan 'Minta perhatian, Saudara-saudara!' merupakan contoh kalimat imperatif permintaan. Jika dianalisis menggunakan teknik dasar BUL, kalimat tersebut dapat dibagi menjadi beberapa unsur pembangun kalimat, yakni kata 'minta' yang berperan sebagai predikat, kata 'perhatian' sebagai objek dan 'Saudara-saudara' yang berperan sebagai pelengkap kalimat yang berupa kata sapaan. Dengan menggunakan teknik BUL dapat diketahui bahwa contoh kalimat imperatif permintaan tersebut

tidak mempunyai unsur yang berperan sebagai subjek.

Setelah melalui proses analisis dengan menggunakan teknik dasar, data akan dianalisis menggunakan teknik lanjutan, yaitu teknik sisip dan ganti. Teknik sisip adalah teknik yang dilaksanakan dengan menyisipkan unsur tertentu di antara unsur-unsur lingual yang ada, sedangkan teknik ganti adalah teknik yang dilaksanakan dengan menggantikan unsur tertentu satuan lingual yang bersangkutan dengan unsur tertentu lain di luar satuan lingual yang bersangkutan (Sudaryanto 2015). Teknik sisip dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui keberterimaan kalimat imperatif permintaan yang satu atau lebih unsur pembangun kalimatnya tidak diketahui, seperti contoh kalimat di atas. Telah dijelaskan sebelumnya bahwa kalimat 'Minta perhatian, Saudara-saudara!' adalah kalimat yang tidak memiliki subjek. Meskipun demikian, secara teoretis, subjek sebagai pelaku dalam jenis kalimat imperatif semacam ini memang biasanya tidak muncul dalam kalimat. Penerapan teknik lanjutan sisip dalam contoh kalimat tersebut dapat dilakukan dengan cara menyisipkan satu kata ganti orang pada posisi subjek, misalnya: kata 'saya', sehingga kalimat tersebut akan menjadi '(Saya) minta perhatian, Saudara-saudara!'. Setelah disisipi kata 'saya', contoh kalimat tersebut secara semantik dan gramatikal akan lebih berterima. Jenis kalimatnya juga tidak mengalami perubahan, yaitu kalimat imperatif permintaan.

Penerapan yang hampir sama juga berlaku dalam penggunaan teknik lanjutan ganti, yang dilakukan dengan cara mengganti unsur-unsur yang disisipkan dalam kalimat. Sebagai contoh, kalimat '(Saya) minta perhatian, Saudara-saudara!' merupakan kalimat yang telah disisipi kata 'saya' sebagai subjek. Jika kata 'saya' diganti dengan kata ganti orang

ketiga berupa kata 'dia', maka kalimatnya akan menjadi '(Dia) minta perhatian, Saudara-saudara!'. Kalimat tersebut secara semantik dan gramatikal memang masih berterima, akan tetapi jika diamati lebih seksama jenis kalimatnya bukan lagi kalimat imperatif permintaan, melainkan jenis kalimat deklaratif atau berita. Secara fungsional, kalimat deklaratif memiliki sifat yang berbeda dengan kalimat imperatif permintaan. Umumnya, kalimat deklaratif digunakan oleh pembicara untuk membuat pernyataan yang isinya merupakan berita bagi pendengar atau pembacanya (Alwi 2003). Dapat dikatakan bahwa teknik lanjutan ganti ini digunakan untuk melengkapi teknik lanjutan sisip untuk mengetahui kemungkinan perubahan jenis kalimat yang terjadi jika disisipkan suatu kata pada salah satu posisi unsur pembangun kalimat.

Hasil analisis data dengan menggunakan metode dan teknik-teknik yang telah dijelaskan di atas selanjutnya akan disajikan dengan dua metode, yaitu metode formal dan informal. Metode formal dilakukan dengan cara merumuskan hasil analisis dengan menggunakan tanda-tanda atau lambang-lambang (Mahsun 2014). Tanda yang digunakan dalam penyajian hasil penelitian ini adalah tanda (*) atau tanda asterisk yang digunakan untuk menunjukkan suatu bentuk satuan lingual yang tidak gramatikal dan diletakkan sebelum tuturan terkait (Mahsun 2014). Sedangkan metode penyajian analisis secara informal dilakukan dengan cara merumuskan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata biasa, termasuk penggunaan terminologi yang bersifat teknis (Mahsun 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan struktur kalimat imperatif permintaan dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan edisi ditayangkannya iklan rokok *Djarum 76* di televisi, mulai dari tahun 2009

hingga tahun 2014. Hasil analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut.

Iklan A: Tersesat di Pulau Terpencil

Iklan edisi *Tersesat di Pulau Terpencil* ini diperankan oleh 4 orang, seorang tokoh berperan sebagai jin dan 3 orang pemuda lainnya berperan sebagai tokoh yang membebaskan jin dari teko ajaib. Untuk mengetahui kalimat imperatif permintaan dalam iklan tersebut, maka dilakukan transkripsi percakapan seperti di bawah ini.

JIN : Aku beri tiga permintaan..

PEMUDA 1 : Aku mau pulang!" (1)

PEMUDA 2 : Sama! (2)

PEMUDA 3 : Sepi rek.. Ahaa... Aku *pingin* mereka balik!"(3)

Dari percakapan di atas dapat diketahui bahwa iklan tersebut mengandung tiga kalimat imperatif permintaan yang dinyatakan oleh ketiga pemuda yang berperan sebagai pembebas tokoh jin dari teko ajaib, sebagaimana terlihat pada ujaran 1, 2, dan 3. Ketiga kalimat tersebut mempunyai unsur-unsur pembangun kalimat yang berbeda.

Aku mau pulang

Aku : subjek/nomina

mau pulang : predikat/verba

Uraian di atas menunjukkan bahwa kalimat imperatif permintaan 1 hanya dibangun oleh unsur subjek 'aku' dan predikat 'mau pulang'. Satuan lingual 'mau' merupakan penanda bahwa kalimat ini merupakan kalimat imperatif permintaan. Jika dicocokkan dengan teori struktur kalimat yang ada, maka kalimat 'Aku mau pulang!' dapat dikatakan masih memenuhi syarat sebagai sebuah kalimat, karena mempunyai subjek, predikat, dan intonasi akhir (karena berupa tuturan lisan) sebagai syarat utama suatu kalimat.

Kalimat imperatif permintaan dalam iklan edisi *Tersesat di Pulau Terpencil* ini juga diungkapkan dalam

bentuk kalimat minor bukan klausa, seperti ditunjukkan pada ujaran 2. Kalimat minor bukan klausa berbentuk kata tunggal atau frasa yang tidak memiliki predikat tetapi mempunyai intonasi final (Kridalaksana 2008, 105). Kata 'sama' dalam iklan ini apabila dijabarkan atau diubah wujudnya secara lengkap, bunyinya akan menjadi 'Aku (juga) mau pulang'. Dengan demikian, fungsi kata 'sama' ini mengacu pada kalimat imperatif permintaan sebelumnya. Dengan kata lain, kata tersebut berfungsi sebagai pengganti karena bentuk kalimat dan makna yang diungkapkan oleh Pemuda 2 sama dengan yang disampaikan oleh Pemuda 1 sebelumnya.

Kalimat imperatif permintaan yang ketiga dalam iklan ini ditunjukkan oleh ujaran 3. Kalimat ini mempunyai struktur kalimat yang paling lengkap jika dibandingkan dengan dua kalimat imperatif permintaan lainnya yang terdapat pada iklan ini. Berikut adalah struktur yang menunjukkan unsur-unsur pembangun kalimat imperatif permintaan 3.

Sepi rek! Aku *pingin* mereka balik!

Sepi rek!: keterangan/frasa adjektiva

Aku : subjek/nomina

pingin : predikat/verba

mereka : objek/nomina

balik : predikat/verba

Berbeda dengan kedua kalimat imperatif permintaan sebelumnya, pada kalimat 3 ini unsur-unsur pembangun kalimatnya lebih kompleks. Penanda kalimat imperatif permintaan pada kalimat ini ditunjukkan oleh kata *pingin* yang berfungsi sebagai sebagai predikat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kalimat imperatif permintaan pada iklan rokok Djarum 76 edisi *Tersesat di Pulau Terpencil* ini ditandai dengan dua kata, yakni kata 'mau' dan kata 'pingin'.

Iklan B: *Kawin sama Mawar Kembang Desa*

Iklan edisi *Kawin sama Mawar Kembang Desa* diperankan oleh 2 orang, satu berperan sebagai jin dan yang satunya lagi berperan sebagai pembebas jin dari teko ajaib. Peristiwanya terjadi ketika orang kedua sedang memancing. Berikut ini adalah hasil transkripsi percakapan dalam iklan tersebut.

JIN : Halooo.. Sebutkan satu permintaan...Mangga”

PEMUDA: *Mau* kawin sama mawar kembang desa! (4)

JIN : Laksanakan!

Dari percakapan di atas dapat diketahui bahwa iklan edisi ini memuat satu kalimat imperatif permintaan yang ditunjukkan oleh kalimat 4. Apabila diuraikan berdasarkan unsur pembangun kalimatnya, maka kalimat tersebut tampak seperti kalimat yang rumpang karena tidak mempunyai subjek. Padahal secara teoretis, seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa subjek pelaku kalimat imperatif permintaan ialah pembicara yang sering tidak dimunculkan (Alwi, 2003). Berdasarkan pernyataan ini, maka kalimat imperatif permintaan yang ditunjukkan oleh kalimat 4 bisa dikatakan sebagai kalimat yang berterima dengan kata ‘*mau*’ sebagai penandanya.

Mau kawin sama mawar kembang desa

- : subjek/nomina

mau kawin: predikat/frasa verba

sama mawar kembang desa :

objek/frasa nomina

Kalimat imperatif permintaan dalam iklan edisi ini sebenarnya dapat pula dituturkan secara lengkap. Jika dituturkan secara lengkap, posisi subjek tersebut harus diisi dengan kata ‘aku’, ‘saya’ atau kata lain yang menunjukkan kata ganti orang pertama. Sangat tidak mungkin rasanya jika posisi tersebut diisi dengan kata ganti orang kedua

ataupun ketiga, seperti: ‘kamu’ ataupun ‘dia’. Untuk lebih jelasnya, dapat diamati perbandingan penggunaan berbagai kata ganti tersebut pada kalimat-kalimat di bawah ini.

(a) (*Aku*) mau kawin sama mawar kembang desa.

(b) *(*Kamu*) mau kawin sama mawar kembang desa.

(c) *(*Dia*) mau kawin sama mawar kembang desa.

Kalimat a merupakan kalimat yang paling berterima untuk dinyatakan sebagai kalimat imperatif permintaan. Kondisi tersebut disebabkan oleh situasi percakapan yang hanya melibatkan dua orang yang berperan sebagai pemberi dan peminta, sehingga sangat tidak mungkin jika orang yang diberikan kesempatan untuk menyampaikan permintaannya menggunakan kata ganti orang ketiga, seperti ‘dia’ atau ‘mereka’ karena posisi orang tersebut adalah sebagai peminta. Oleh karena itu, orang yang berperan sebagai peminta harus menggunakan kata ganti orang pertama. Sementara itu, kalimat b cenderung termasuk ke dalam jenis kalimat interogatif, sedangkan kalimat c merupakan jenis kalimat deklaratif yang menyatakan suatu berita.

Iklan C: *Jin Matre*

Iklan edisi ketiga dengan tema *Jin Matre* ini diperankan oleh dua orang yang sama-sama berperan sebagai tokoh jin dengan jenis kelamin yang berbeda, yakni jin laki-laki dan jin perempuan. Sebelum menganalisis kalimat imperatif permintaan dalam iklan edisi ini, berikut adalah hasil transkripsi percakapan dalam iklan tersebut.

JIN PEREMPUAN: Dhuh mas, kangen aku...

JIN LAKI-LAKI : Dek, ku kabulkan apapun permintaanmu...
Mangga

JIN PEREMPUAN: Tenan?

JIN LAKI- LAKI :He-em ...

JIN PEREMPUAN: Kalau gitu, aku *minta* rumah, sawah, motor, mobil, monas, kapal ... (5)

JIN LAKI-LAKI : Hmm... Gak manusia, gak jin, matre kabeh!

Dari percakapan di atas dapat dilihat bahwa jin laki-laki berperan sebagai pemberi permintaan, sedangkan jin perempuan berperan sebagai yang mengajukan permintaan. Iklan ini memuat satu kalimat imperatif permintaan, yaitu kalimat 5 yang ditandai dengan kata *minta* sebagai penandanya. Jika diamati sekilas, kalimat tersebut mempunyai struktur yang lengkap karena dibangun dengan unsur-unsur seperti subjek, predikat dan objek, bahkan juga terdapat konjungsi di awal kalimatnya.

Kalau gitu aku *minta* rumah, sawah, motor, mobil, monas, kapal ...

Kalau gitu : konjungsi

aku : subjek/nomina

minta : predikat/verba

rumah, sawah, motor, mobil, monas, kapal ... : objek/nomina

Struktur di atas membuktikan bahwa iklan rokok *Djarum 76* edisi *Jin Matre* ini memuat kalimat imperatif permintaan yang lengkap. Unsur pembangun minimal suatu kalimat berupa subjek dan predikat telah terpenuhi keberadaannya. Posisi subjek diisi oleh kata 'aku', predikat dengan kata 'minta', sedangkan objek diwakili beberapa kata, yakni: 'rumah', 'sawah', 'motor', 'mobil', 'monas', dan 'kapal' dan lain-lain. Unsur konjungsi juga ditemukan pada kalimat ini, yakni frasa 'kalau gitu'.

Iklan D: *Pengen Kaya dan Tampan*

Pada iklan Djarum 76 edisi *Pengen Kaya dan Tampan* ini ada dua orang yang masing-masing berperan sebagai jin dan laki-laki pembebas tokoh jin dari teko ajaib. Berikut ini adalah

transkripsi percakapan dalam iklan tersebut.

JIN : Ku beri dua permintaan ...Mangga

LELAKI : *Pengin* sugih! (6)

JIN : Terus?

LELAKI : *Pengin* ngganteng (7)

JIN : Hahaha ... Ngimpi!

Jika dilihat dari transkripsi percakapannya, dapat diketahui bahwa iklan ini memuat dua kalimat imperatif permintaan. Kalimat tersebut ditunjukkan oleh kalimat 6 dan 7. Sebagai kalimat imperatif permintaan, keduanya sama-sama ditandai dengan kata *pengin*. Selain itu, keduanya juga menggunakan bahasa daerah, yakni bahasa Jawa. Jika diamati secara sekilas kedua kalimat tersebut tampak tidak mempunyai unsur subjek. Namun, kembali perlu ditegaskan bahwa kalimat imperatif permintaan memang seringkali tidak memunculkan subjek yang juga merupakan penuturnya.

(a) *Pengin* sugih!

- : subjek/nomina

Pengin: predikat/verba

sugih : objek/adjektiva

(b) *Pengin* ngganteng!

- : subjek/nomina

Pengin: predikat/verba

ngganteng : objek/adjektiva

Kedua kalimat imperatif permintaan dalam di atas sebenarnya dapat pula disebutkan secara lengkap. Kasus yang muncul dalam iklan edisi ini sama dengan iklan B. Perbedaannya hanya terletak pada bahasa yang digunakan dalam mengungkapkan kalimat imperatif permintaan. Pada iklan B digunakan bahasa Indonesia, sedangkan pada iklan edisi ini bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa.

Jika subjek pada kedua kalimat imperatif permintaan di atas hendak dimunculkan, maka harus diisi dengan kata ganti orang pertama. Penggunaan kata ganti orang kedua dan ketiga tidak memungkinkan karena situasi percakapan dalam iklan tersebut hanya

melibatkan dua orang yang berperan sebagai pemberi permintaan dan yang mengajukan permintaan. Jika digunakan kata ganti orang kedua atau ketiga sebagai subjek, maka akan menghasilkan kalimat imperatif permintaan yang tidak berterima seperti di bawah ini.

- (a) (Aku) *pengin* sugih!
(Aku ingin kaya!)
- (b) *(Kowe) *pengin* sugih!
(Kamu ingin kaya!)
- (c) *(Dheweke) *pengin* sugih!
(Dia ingin kaya!)
- (a) (Aku) *pengin* ngganteng!
(Aku ingin tampan!)
- (b) *(Kowe) *pengin* ngganteng!
(Kamu ingin tampan!)
- (c) *(Dheweke) *pengin* ngganteng!
(Dia ingin tampan!)

Iklan E: *Wani Pira*

Iklan edisi selanjutnya yang bertema *Wani Pira* diperankan oleh tiga orang, namun yang terlibat percakapan hanya dua orang saja. Tokoh pertama berperan sebagai tokoh yang menyerupai Gayus Tambunan (tersangka kasus suap pajak) yang meminta sogokan kepada tokoh yang hendak melamar kerja. Tokoh kedua adalah orang yang hendak melamar kerja dan tokoh ketiga adalah tokoh yang berperan sebagai jin. Berikut transkrip dari tayangan iklan edisi ini.

- TOKOH 1: (Meminta sogokan dengan isyarat tangan)
 TOKOH 2: Ancuk! Dasar rampok
 JIN : Ku beri satu permintaan..Mangga
 TOKOH 2: *Mau* korupsi, pungli, sogokan, ilang dari muka bumi! bisa jin? (8)
 JIN : Bisa diatur..Wani pira?

Hasil transkripsi percakapan dalam iklan di atas menunjukkan bahwa iklan edisi ini memuat satu kalimat imperatif permintaan. Kalimat tersebut ditunjukkan oleh tuturan 8 yang

ditandai dengan kata *mau*. Sama seperti pada beberapa iklan edisi sebelumnya, pada edisi ini juga tidak ditemukan subjek dalam kalimat imperatif permintaannya. Di sini hanya terdapat penanda kalimat imperatif permintaan berupa kata *mau*, predikat yang diisi oleh kata (*h*)*ilang*, objek yang diisi oleh beberapa kata, yaitu: 'korupsi', 'pungli', 'sogokan', preposisi daridan keterangan tempat yang diisi oleh frasa 'muka bumi'.

Mau korupsi, pungli, sogokan, ilang dari muka bumi!

- : subjek/nomina
mau korupsi, pungli, sogokan : subjek/nomina
 ilang : predikat/verba
 dari : preposisi
 muka bumi : adverbial lokasi/frasa nomina

Posisi subjek yang kosong dalam struktur kalimat ini sebenarnya dapat dimunculkan. Hanya saja, sama seperti pada bentuk kalimat sejenis yang telah dibahas sebelumnya, subjek harus diisi dengan kata ganti orang pertama, seperti 'saya', 'aku' dan sejenisnya dan tidak dapat diisi dengan kata ganti orang kedua atau ketiga karena akan mengubah jenis kalimat imperatif permintaan tersebut menjadi jenis kalimat lain. Berikut ini adalah perbandingan jika posisi subjek pada kalimat ini diisi oleh kata ganti orang pertama, kedua, dan ketiga.

- (a) (Aku)*mau* korupsi, pungli, sogokan, ilang dari muka bumi! (kalimat imperatif)
- (b) *(Kamu)*mau* korupsi, pungli, sogokan, ilang dari muka bumi? (kalimat interogatif)
- (c) *(Dia)*mau* korupsi, pungli, sogokan, ilang dari muka bumi. (kalimat deklaratif)

Hasil perbandingan dari ketiga kalimat di atas memberikan penguatan bahwa jika subjek dimunculkan dalam kalimat imperatif permintaan, maka harus digunakan kata ganti orang

pertama, seperti yang ditunjukkan oleh kalimat a. Kalimat b menggunakan kata ganti orang kedua tunggal yang cenderung membentuk kalimat interogatif, sedangkan kalimat c menggunakan kata ganti orang ketiga tunggal yang menghasilkan kalimat deklaratif.

Iklan F: *Kuda Poni*

Tayangan iklan F yang berjudul *Kuda Poni* diperankan oleh banyak orang, akan tetapi yang terlibat percakapan hanya dua orang saja, yaitu tokoh yang berperan sebagai jin dan tokoh yang berperan sebagai bos penjahat. Untuk lebih jelasnya, berikut akan ditampilkan terlebih dahulu hasil transkripsi percakapan yang ada dalam iklan edisi ini.

JIN : Ku beri satu permintaan ...
 BOS PENJAHAT: *Kuda poni* (9)
 JIN : Oke...
 BOS PENJAHAT: Kok pucet?
 JIN : Aduh.. (dipukul)
 BOS PENJAHAT: Kok cebol?
 JIN : Aduh.. (dipukul)
 BOS PENJAHAT: Kok Poooniii..
 JIN : (dipukuli)Iki salah..iku salah.. apa karepe?
 BOS PENJAHAT: Ngomong apa?

Hasil transkripsi di atas menunjukkan adanya satu bentuk kalimat imperatif permintaan yang berbeda dengan yang terdapat pada edisi-edisi iklan sebelumnya. Kalimat imperatif permintaan pada edisi ini diungkapkan hanya dengan menggunakan frasa benda yang ditunjukkan oleh ujaran 9. Tidak ada kata penanda kalimat imperatif permintaan yang ditemukan pada ujaran ini namun kenyataannya ujaran ini merupakan suatu bentuk permintaan. Frasa yang berfungsi sebagai kalimat imperatif permintaan tersebut dibangun dengan dua kata, yaitu 'kuda' dan 'poni'. Keduanya sama-sama termasuk dalam kelas kata nomina dengan kata kata 'kuda' sebagai pusat atau inti frasanya.

Kuda poni

Kuda : N (inti)

poni : N(atribut)

Iklan G: *Kampanye Jujur*

Edisi iklan selanjutnya berjudul *Kampanye Jujur* yang percakapannya hanya melibatkan dua orang tokoh saja. Tokoh-tokoh yang terlibat dalam percakapan tersebut masing-masing berperan sebagai jin dan sebagai pejabat. Berikut ini adalah hasil transkripsi percakapan iklan edisi ini.

JIN : Minta apa?

PEJABAT : *Jadikanaku* pemimpin tegas, dipercaya, jujur! bisa jin? (10)

Jin : Bisa...

Iklan 7 ini memuat satu kalimat imperatif permintaan yang ditunjukkan ujaran 10. Penanda dari kalimat imperatif permintaan pada edisi ini ditunjukkan dengan kata 'jadikan'. Secara sintaksis, kalimat ini mempunyai unsur-unsur pembangun yang lengkap, mulai dari subjek, predikat hingga objek, semua ada pada kalimat 10. Kata 'jadikan' sebagai penanda kalimat imperatif permintaan berada pada posisi predikat, sedangkan untuk kata 'aku' dan frasa 'pemimpin tegas, dipercaya, jujur' masing-masing menempati posisi subjek dan objek.

Jadikan aku pemimpin tegas, dipercaya, jujur!

Jadikan : predikat/verba

aku : subjek/nomina

pemimpin tegas, dipercaya, jujur

: objek/frasa nomina

Kalimat imperatif permintaan 10 dapat dikatakan sebagai salah satu contoh kalimat imperatif dalam iklan rokok *Djarum 76* dengan penanda imperatif yang sangat jelas. Kata 'jadikan' yang digunakan untuk mengawali kalimat imperatif 10 berasal dari bentuk dasar 'jadi' yang berkategori verba dan menunjukkan ciri imperatif akibat penambahan

akhiran ‘-kan’ pada bentuk dasar tersebut.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis terhadap kalimat imperatif permintaan yang terdapat pada beberapa tayangan iklan rokok *Djarum 76* ini dapat diambil beberapa simpulan. Pertama, kalimat imperatif permintaan yang digunakan tidak semuanya menghilangkan subjek pelaku sebagai penuturnya. Dengan kata lain ada beberapa edisi iklan yang kalimat imperatif permintaannya tetap memunculkan subjek pelaku sebagai penutur. Hampir semua subjek pelaku yang dimunculkan menggunakan kata ganti orang pertama yaitu kata ‘aku’. Selain itu, ada pula edisi iklan yang kalimat imperatif permintaannya diungkapkan dalam cara lain, yaitu menggunakan kalimat minor bukan klausa yang mengacu pada kalimat sebelumnya dan menggunakan frasa benda ‘kuda poni’ yang ditemukan pada iklan F.

Selain itu, kalimat imperatif permintaan dalam iklan rokok *Djarum 76* ini mempunyai penanda yang berbeda dengan teori yang sudah ada sebelumnya. Hasil temuan peneliti menunjukkan bahwa terdapat penanda-penanda lain untuk jenis kalimat yang sama dalam iklan ini. Terdapat satu edisi iklan rokok *Djarum 76* yang dianalisis dalam penelitian ini yang menggunakan penanda imperatif berupa kata ‘minta’, sedangkan beberapa edisi lainnya kata yang berbeda sebagai penanda, seperti kata *mau*, *ingin*, dan ‘jadikan’.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Astutik, Dewi. 2015. *Deskripsi Kalimat Imperatif dalam Bahasa Lisan Ustadz Maulana dengan Tema Bersedekah pada Orang Tua dan Dibalik Sebuah Musibah di Youtube* (Skripsi). Surakarta: FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Kridalaksana. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia.
- Mahsun, MS. 2017. *Metode Penelitian Bahasa (Tahapan, Strategi, Metode dan Tekniknya)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Nuryani. 2014. “Kalimat Imperatif dalam Bahasa Jawa”. *Jurnal Dialektika*, 1 (2)
- Rahardi, Kunjana. 2005. *Pragmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Sartini, Ni Wayan. 2012. “Tipe-tipe Kalimat Imperatif Bahasa Indonesia Ragam Lisan Formal dalam Ujian Terbuka”. *Jurnal Linguistika*, 19
- Subroto, Edi. 2011. *Pengantar Metode Penelitian Linguistik Struktural*. Surakarta: UNS Press
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa* (Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik). Yogyakarta: Sanata Dharma University Press
- Susanti, Ratna & Dewi Agustini. 2017. “Ungkapan Fatis Pembuka dan Penutup Percakapan Masyarakat Jawa di Surakarta”. *Leksema*, 2 (1)
- Hao Zhao dan Shuqin Shi. 2014. “The Formation of Modern Chinese Imperative Sentence Combining”. *Journal of English Teaching*. 3 (3)

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini ditulis di bawah bimbingan **Prof. Dr. Sumarlam MS** dari Universitas Sebelas Maret Surakarta.