



**JENIS PEMATUHAN DAN PELANGGARAN
BIDAL -BIDAL PRINSIP KERJA SAMA
PADA IKLAN OPERATOR SELULER DI TELEVISI**

TESIS

**diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Magister Pendidikan**

Oleh

Erlinda Yuni Iswati

0202513001

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2016**

PENGESAHAN UJIAN TESIS

Tesis dengan judul “Jenis Pematuhan dan Pelanggaran Bidal-Bidal Prinsip Kerja Sama pada Iklan Operator Seluler di Televisi” karya

Nama : ERLINDA YUNI ISWATI

NIM : 0202513001

Program Studi : PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

telah dipertahankan dalam Sidang Panitia Ujian Tesis Program Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang pada hari Jumat, tanggal 10 Juni tahun 2016.

Semarang, Juni 2016

Panitia Ujian

Ketua,

Sekretaris,

**Prof. Dr. rer.nat.Wahyu Hardyanto, M. Si.
NIP 196011241984031002**

**Dr. Ida Zulaeha, M. Hum.
NIP 197001091944032001**

Penguji I,

Penguji II,

**Dr. Hariyadi, M. Pd
NIP 196710051993031003**

**Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M. Hum
NIP 196707261993031004**

Penguji III

**Dr. B. Wahyudi Joko Santoso, M. Hum.
NIP 196110261991031001**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Draf tesis dengan judul “Jenis Pematuhan dan Pelanggaran Bidal-Bidal Prinsip Kerja Sama pada Iklan Operator Seluler di Televisi”

nama : ERLINDA YUNI ISWATI

NIM : 0202513001

Program Studi : PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

Telah disetujui pembimbing untuk diajukan ke Panitia Ujian Draf Tesis.

Semarang, 03 Februari 2016

Penguji I,

Penguji II,

**Dr. B. Wahyudi Joko Santoso, M. Hum.
NIP 196110261991031001**

**Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M. Hum.
NIP 196707261993031004**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam tesis ini benar-benar karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Atas pernyataan ini saya siap menganggung resiko/ sanksi yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini.

Semarang, Juni 2016

Yang membuat pernyataan

ERLINDA YUNI ISWATI
NIM 0202513001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Bukan harta kekayaanlah, tetapi budi pekerti dan tutur bahasa santun yang harus ditinggalkan sebagai pusaka untuk anak-anak kita.

PERSEMBAHAN :

Tesis ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Iptu Maryono dan Ibu Sri Marwati S. Pd yang selalu mendoakan dan memotivasi untuk kesuksesan dan keberhasilan.
2. Bapak/ Ibu dosen pengampu mata kuliah beserta Bapak/ Ibu dosen pembimbing tesis yang senantiasa selalu memberi semangat.
3. Almamater tercinta program Pascasarjana Unnes.

ABSTRAK

Iswati, Erlinda Yuni. 2016 "Jenis Pematuhan dan Pelanggaran Bidal-Bidal Prinsip Kerja Sama pada Iklan Operator Seluler di Televisi" *Tesis*. Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia. Program Pascasarjana. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Dr. B. Wahyudi Joko Santoso, M. Hum., Pembimbing II Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M. Hum.

Kata kunci: jenis, bidal-bidal prinsip kerja sama, dan iklan.

Dalam komunikasi lisan dan tulis, tuturan dipengaruhi oleh konteks. Adapun tuturan yang mematuhi dan menyimpang dapat dijumpai pada Iklan Operator Seluler atau IOS di televisi karena luas dan kompleks. Selain itu penayangan cenderung merusak program acara tersebut.

Rumusan masalah ini adalah (1) apa sajakah jenis pematuhan bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi? (2) apa sajakah pelanggaran bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi (3) mengapa terjadi pematuhan bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi? (4) mengapa terjadi pelanggaran bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler?

Pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif karena data penelitian berupa tuturan yang memuat jenis pematuhan dan pelanggaran bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi. Selain itu, menggunakan metode padan pragmatis. Hubungan padan dalam penelitian ini berupa menyamakan semua unsur penentu dan relevan dengan semua data yang ditentukan berdasarkan jenis pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama dan metode normatif.

Hasil temuan penelitian ini adalah pematuhan dan pelanggaran bidal prinsip kerja sama berupa bidal kuantitas, kualitas, relevansi dan cara, dan alasan terjadinya pematuhan bidal dalam prinsip kerja sama berupa untuk menyampaikan informasi secara jelas, dan menghindari kesalahpahaman, serta pelanggaran bidal dalam prinsip kerja sama dapat berupa kelucuan, mengunggulkan kualitas, dan menyindir.

Simpulan penelitian ini adalah terdapat empat bidal-bidal prinsip kerja sama baik pada pematuhan maupun pelanggaran yang berupa bidal kualitas, bidal kuantitas, bidal relevansi dan bidal cara. Selain itu, alasan terjadinya pematuhan bidal karena untuk menyampaikan informasi secara jelas, menghindari kesalahpahaman banyak terjadi pada iklan operator seluler XL. Alasan terjadinya pelanggaran bidal berupa mengunggulkan kualitas, menyindir, dan melucu banyak dijumpai pada iklan operator seluler AXIS dan As. Saran dalam penelitian ini adalah pembuat iklan, hendaknya dapat memerhatikan penggunaan bahasa promosi dengan sopan. Calon pembeli, dapat mencermati makna yang sedang dituturkan agar tidak terkecoh dengan harga murah. Peneliti lain, dapat dijadikan sumbangan pemikiran mengenai jenis pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama, serta dapat menggali bentuk bidal-bidal lain selain bidal prinsip kerja sama agar lebih baik dalam perkembangan ilmu pragmatik.

ABSTRACT

Iswati, Erlinda Yuni. 2016. 'Kinds of Compliance and Violence Maxims in Principle Cooperation in Advertisements Cellular Operators in Televisi'. *Thesis*. Course language teaching graduate Indonesia. Unnes Program Pascasarjana. Mentor 1. Drs B. Wahyudi Joko Santoso, M. Hum., Mentor 2 Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M. Hum.

Password: kinds, a maxim in principle cooperation, advertising

As for the form of speech that deviates could be found in advertisements cellular operators in television as electronic media very broad and complex, because reach across areas in Indonesia, and than emergence can bite into of program.

Synthesis this problem is (1) what of kinds the maxim the principle of cooperation in advertisements cellular operators on television.(2) what of kinds compliance maxim in principle cooperation in adverstisements celluler operators on television. (3) why there was a violence maxim in principle cooperation in advertisements cellular operators on television. (4) why there was a compliance maxim in principle cooperation in advertisements cellular operators on television.

Approach and methods used in this research was a qualitative approach, because the data research of verbal forms language about speech containing variation compliance and violence maxim in principle cooperation in advertisements cellular operators on television. The relationship padan in this research of hyphen appeal between all the decider and relevant to all the data depends on compliance and violence maxims in principle cooperation and normatif methodh.

The result of this research is the types of a thimble in principle cooperation in the form of a maxim quantity, the maxim quality, maxim relevance and maxim manner. Kinds of compliance maxim is maxim quantity, maxim the quality, maxim manner. Kinds of violence maxim is the quality, maixm relevance, maxim quantity, maxim quality, maxim relevance, and maxim manner. Reason violations by jocularity, the quality is dry, and satirical, and reason compliances by have good informations and fight of wrongness.

Have as in conclusion of research is for maxim in principle cooperation of a maxim quantity, the maxim quality, maxim relevance, maxim the quality, and maxim manner the good of a the types of a thimble and violence. Beside this reason violations by jocularity, thes quality is dry and satirical, reason compliance by have good informations of wrongness into seluler operator advertising AXIS and As, with XL. Advice includes for make of advertising let in promoting a service interest in use of language for buyer should away being was spoken in advertisements, and for other research, colud become contributions thought in provides an over view of variation complience and violence maxim in principle and the context of cooperation more the good of pragmatic development.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Jenis Pematuhan dan Pelanggaran Bidal-Bidal Prinsip Kerja Sama pada Iklan Operator Seluler di Televisi”. Tesis ini disusun sebagai salah satu persyaratan meraih gelar Magister Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Program Pascasarjana Universitas Negeri Semarang.

Penelitian ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan ini. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan pertama kali kepada para pembimbing Dr. B. Wahyudi Joko Santoso, M. Hum. (Pembimbing I) dan Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M. Hum. (Pembimbing II).

Ucapan terima kasih penulis sampaikan juga kepada semua pihak yang telah membantu selama proses penyelesaian studi, di antaranya:

1. Rektor Universitas Negeri Semarang atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menempuh studi Strata 2 di Universitas Negeri Semarang ini.
2. Direktur Program Pascasarjana Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan dan arahan selama pendidikan, penelitian, serta penulisan tesis ini.
3. Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Program Pascasarjana Universitas Negeri Semarang yang telah memberi kesempatan dan arahan dalam penulisan tesis ini.
4. Bapak Prof. Dr. Rustono, selaku Dosen Penguji 1 pada Proposal dan Bapak Dr. Hariyadi. M. Pd, selaku Dosen Penguji 1 Draft Tesis dan Tesis dalam memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran.
5. Bapak dan Ibu dosen Pascasarjana Unnes yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan.
6. Bapak, Ibu dan Kakak serta adik-adiku yang selalu memberikan motivasi.
7. Teman-teman mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia

Pascasarjana Unnes angkatan 2013, terima kasih telah menjadi teman seperjuangan yang senantiasa memberi dukungan.

8. Semua pihak yang memberikan motivasi dan membantu penyelesaian tesis ini.

Semoga semua bimbingan, dorongan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan berlipat ganda dari Allah SWT.

Peneliti sadar bahwa dalam tesis ini mungkin masih terdapat kekurangan, baik isi maupun tulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di Indonesia

Semarang, 10 Juni 2016

Erlinda Yuni Iswati.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN UJIAN TESIS	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Perumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORETIS	
2.1 Kajian Penelitian yang Relevan.....	15
2.2 Landasan Teoretis.....	23
2.2.1 Prinsip Percakapan.....	23
2.2.1.1 Prinsip Kerja Sama.....	23
2.2.1.1.a Bidal Kuantitas.....	26
2.2.1.1.b Bidal Kualitas.....	37
2.2.1.1.c Bidal Relevansi.....	39
2.2.1.1.d Bidal Cara.....	44
2.2. Iklan.....	49
2.2.1 Pengertian Iklan.....	49
2.2.2 Tujuan Iklan.....	52
2.2.3 Manfaat Iklan.....	54
2.2.4 Media Iklan.....	55
2.3.5 Fungsi Iklan.....	58
2.3.6 Jenis-jenis Iklan.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	65
3.2 Data dan Sumber Data.....	67
3.3 Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.4 Metode dan Teknik Analisis Data.....	70
3.5 Metode dan Penyampaian Hasil Analisis Data.....	72

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Jenis Pematuhan Bidal dalam Prinsip Kerja Sama	73
4.1.1 Pematuhan Bidal Kuantitas.....	75
4.1.2 Pematuhan Bidal Kualitas.....	77
4.1.3 Pematuhan Bidal Relevansi.....	86
4.1.4 Pematuhahn Bidal Cara.....	94
4.2 Jenis Pelanggaran Bidal.....	101
4.2.1 Pelanggaran Bidal Kualitas.....	101
4.2.2 Pelanggaran Bidal Relevansi.....	104
4.2.3 Pelanggaran Bidal Cara.....	108
4.3.4 Pelanggaran Bidal Kuantitas.....	114
4.3 Alasan Terjadinya Pematuhan Bidal.....	119
4.4 Alasan Terjadinya Pelanggaran Bidal.....	125

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan.....	135
5.2 Saran.....	136

DAFTAR PUSTAKA.....	138
----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN.....	142
-----------------------------	------------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seseorang yang melakukan percakapan, tujuannya adalah untuk membentuk interaksi antarindividu dan bertukar informasi, sehingga keberadaan seseorang di dalam masyarakat tidak lagi dipandang sebagai individu yang terpisah dari yang lain, sebab ia merupakan anggota dari kelompok sosialnya (Siminto 2004: 3).

Berkaitan dengan hal tersebut, maka agar tercipta percakapan yang baik di dalam betutur antara kedua orang tersebut, tentu dibutuhkan hubungan kerja sama yang baik pula. Hal ini bertujuan agar penutur dalam menyampaikan informasi dapat diterima secara jelas dan baik oleh penutur yang lain.

Seorang penutur bahasa dapat dikatakan mematuhi kaidah penggunaan bahasa, manakala ia dapat mengatakan hal yang benar sesuai dengan kenyataan. Salah satu contohnya adalah muncul sebuah pernyataan “Jakarta adalah ibukota negara Indonesia”. Pernyataan ini benar adanya dan wajar, sebab hal ini telah diketahui oleh orang banyak karena sudah menjadi sejarah pada zaman dahulu. Adanya pernyataan yang benar pada hal tersebut, menandakan bahwa seseorang telah mematuhi bidal/maksim kualitas dalam prinsip kerja sama, sebab menurut pandangan teori Grice (1975), bidal kualitas bermakna sebagai bidal yang mempersyaratkan seorang penutur dapat menyampaikan sesuatu secara nyata yaitu bila dikaitkan dengan contoh pernyataan di atas penutur telah mengetahui sejarah dan keberadaan berdirinya Jakarta sebagai ibukota negara Indonesia dan

hampir semua orang mengenal kota tersebut, sehingga pernyataan tersebut sesuai dengan hal diutarakan oleh Rustono (1999: 56) bahwa di dalam bidal kualitas tentu mempersyaratkan seorang penutur dapat menyampaikan sesuatu secara nyata dan sesuai fakta sebenarnya di dalam bertutur serta dalam salah satu contoh pernyataan di atas terbukti benar adanya.

Berkaitan dengan pernyataan di atas juga serupa dengan hal yang diutarakan oleh Yule (1996: 60) mengemukakan bahwa ketika terlibat percakapan, penutur dan mitra tutur dapat diasumsikan sedang bekerja sama. Bentuk kerja sama yang dimaksud adalah kerja sama yang sederhana. Hal ini dimaksudkan agar orang-orang yang sedang berbicara pada umumnya tidak diasumsikan untuk berusaha membingungkan, mempermainkan atau menyembunyikan informasi yang relevan satu sama lain. Dengan demikian, jika dilihat kembali pada pernyataan di atas bahwa “Jakarta adalah Ibukota negara Indonesia” merupakan pernyataan yang diasumsikan tidak untuk membingungkan atau mempermainkan informasi, sehingga pernyataan tersebut adalah benar.

Disisi lain, ada pula yang sengaja menyimpang dari kaidah penggunaan aturan bahasa dengan menggunakan bentuk tuturan yang implisit. Salah satu penuturan yang menyimpang atau melanggar sebagai hal yang dianggap tidak benar rasanya, yakni salah satu contohnya muncul pernyataan bahwa “Jakarta adalah Ibu kota negara Thailand”. Tuturan ini adalah tuturan yang menyimpang, sebab tidak dibuktikan dengan kebenaran, yakni dalam sejarah yang diketahui sebelumnya Jakarta adalah ibukota negara Indonesia bukan negara Thailand, itu artinya penutur telah berusaha membingungkan, mempermainkan atau

menyesatkan mitra tutur, sehingga terjadi pelanggaran prinsip kerja sama yang berupa pelanggaran bidal kualitas dalam pandangan teori Grice (1975). Artinya pelanggaran bidal kualitas terjadi karena penutur tidak dapat menyampaikan sesuatu secara fakta/ nyata di dalam bertutur. Terjadinya pelanggaran prinsip kerja sama terhadap maksim/ bidal dapat menimbulkan implikatur percakapan dalam kajian pragmatik (Rustono 1999: 82). Dengan demikian, dalam banyak peristiwa jenis kerja sama ini seharusnya dapat dijadikan titik awal untuk menjelaskan apa yang dikatakan.

Gambaran penyimpangan/ pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama yang lain juga dapat ditemui pada peristiwa tutur seseorang yang diekspresikan melalui media lisan. Media lisan sebagai media perantara atas pihak yang melakukan tindak tutur salah satunya adalah televisi. Penulis memilih media televisi, sebab media elektronik ini dipandang semakin pesat keberadaannya dan dirasakan memiliki keunggulan yaitu bersifat luas dan kompleks, serta dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya yang mengisi ruang, sedangkan kelemahan dari televisi ini yaitu siaran tidak dapat dilihat kembali sehingga tidak menguasai waktu (Morissan 2010: 4) bahkan, peristiwa yang terjadi pada saat itu juga dapat segera diikuti sepenuhnya oleh penonton di belahan bumi yang lain (Subroto 1992: 3).

Media elektronik seperti televisi merupakan sarana tuturan lisan yang dapat dimanfaatkan oleh penutur untuk menyampaikan sesuatu dengan efektif dan efisien kepada pendengar atau mitra tutur. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian khalayak dalam menjalin kerja sama antara penutur dan lawan tutur

yang disampaikan melalui iklan. Iklan dikenal dengan pemakaian bahasa dapat ditemukan dalam berbagai macam peristiwa dunia perdagangan, seperti promosi penawaran barang/ jasa.

Iklan selalu hidup berada kapan saja dan di mana saja dalam kehidupan kita. Benyamin Franklin adalah orang pertama yang memperkaya informasi iklan dengan menambah ilustrasi sehingga efek iklan semakin kuat (Darmawan 2005: 103-114). Selain itu, Burhan (2008: 116) juga turut menambahkan pendapatnya tentang beberapa kecenderungan efek yang muncul dalam tayangan iklan televisi yaitu dapat berupa kesan “menakjubkan” berdasarkan segmen iklan dan kesan seksualitas, serta kesan tertentu yang sifatnya umum.

Iklan yang banyak beredar saat ini cenderung menarik dan tidak membosankan pembahasannya adalah iklan operator seluler. Alasan penulis memilih iklan operator seluler, sebab iklan operator seluler merupakan iklan layanan jasa seluler yang membantu memudahkan seseorang untuk berkomunikasi melalui telepon. Di dalam iklan tersebut terdapat sejumlah dampak positif dan negatif. Dampak positifnya karena terjadi pematuhan bidal-bidal dalam prinsip kerja sama berupa bidal kualitas, bidal kualitas, bidal relevansi dan bidal cara. Namun dalam hal ini pada pematuhan bidal kualitas sangat dominan untuk dipatuhi. Bidal kualitas menurut teori Grice (1975: 50) adalah bidal yang mempersyaratkan seseorang dapat menyampaikan sesuatu secara memadai karena disertai bukti yang cukup kuat, itu artinya bahwa bidal tersebut dapat dipatuhi seseorang, apabila seseorang penutur dapat memberikan/ menyampaikan sesuatu

secara nyata dan sesuai dengan fakta yang sebenarnya dalam bertutur, seperti yang dapat dilihat pada kutipan berikut.

KONTEKS : DI TENGAH SUASANA YANG SEDANG RIUH DAN DIKERUMUNI BANYAK ORANG, SULE LANTAS SECARA TIBA-TIBA MENGUMUMKAN TARIF MURAH KEPADA ORANG-ORANG SEKITAR.

Sule: “Tenang, pokoknya saya sudah tobat. Ternyata Kartu AS yang **paling murah** langsung dari menit pertama, pagi siang malem, gak ribet, gak dibates- batesin. Oke.”

PALING MURAH Rp 20/MENIT LANGSUNG DARI MENIT PERTAMA. JUJUR DAN TRANSPARAN

“PALING MURAH...YA KARTU AS”

Sule: “Saya kapok diboongin sama anak kecil”.

Kutipan contoh data tersebut menunjukkan bahwa dialog dari bahasa iklan di atas mengandung pematuhan bidal kualitas, sebab bidal kualitas berisi nasihat untuk memberikan kontribusi yang benar dengan bukti-bukti tertentu. Bukti-bukti tersebut dapat dilihat pada salah satu bentuk tuturan yang disampaikan oleh bintang iklan Sule yang mengatakan “Paling murah Rp 20/ Menit langsung dari Menit Pertama, Jujur dan Transparan”. Ini menjadi bukti bahwa tuturan tersebut secara kualitatif benar, karena memang penutur meyakinkannya dan memiliki bukti yang cukup memadai tentang slogan iklan tersebut, yakni sebelum tokoh Sule menjadi bintang iklan kartu seluler As, ia pernah mencoba produk seluler lain yang dinilai masih memiliki tarif mahal seperti XL yang menggunakan tarif Rp. 25/menit.

Dampak negatif di dalam iklan operator seluler terdapat bahasa promosi yang menggiurkan, sehingga membuat iklan semakin lupa akan etika periklanan dan dinilai menyimpang. Salah satu contohnya dapat kita lihat pada waktu

penayangan iklan operator seluler tersebut cenderung lebih sering muncul, dibandingkan dengan program acaranya. Hal ini terkesan merusak program acara tersebut. Selain itu, iklan layanan operator seluler, jika dilihat dari kajian bahasanya mempunyai bentuk komunikasi khas dan unik berbeda dengan iklan-iklan yang lain. Dikatakan khas/unik terlihat pada pemakaian bahasa gaul, seperti penggunaan bahasa sapaan *sis*, *bro*, *cin* bila dibandingkan dengan iklan-iklan yang lain, sehingga mudah dipahami oleh pemirsa TV/ konsumen publik dan menarik, karena latar yang ditampilkan pada iklan operator seluler berganti-ganti seperti di pantai, di gedung, di kamar, di ruang dokter, di jalan dan lain-lain bila dibandingkan dengan iklan-iklan yang lain.

Selain itu, bahasa iklan operator seluler selalu berisi kritik sosial yang berperang merebut hati pelanggan (konsumen) karena masing-masing iklan operator seluler saling menunjukkan keunggulan tarif murah sehingga kecenderungan dalam tayangan iklan televisi masuk sebagai iklan yang menakjubkan oleh perang tarif murah. Hal ini sejalan dengan pendapat Junaedi (2010: 111) mengemukakan bahwa pelanggaran penggunaan kata “gratis” yang tertera pada iklan tersebut hanyalah kamufase dan memuat jenis pelanggaran bidal-bidal lain seperti pelanggaran bidal kualitas. Pelanggaran bidal kualitas yaitu seorang penutur tidak dapat menyampaikan sesuatu secara nyata dan tidak sesuai dengan fakta sebenarnya dalam bertutur, salah satunya dapat jumpai pada iklan operator seluler As, yang menggunakan kata-kata superlatif seperti kata *terbaik*, *luas*, *cepat*, *nomor satu*, *paling*, sehingga terkesan mengunggulkan iklan itu sendiri dapat dilihat pada kutipan iklan berikut.

KONTEKS : DI TENGAH SUASANA YANG SEDANG RIUH DAN DIKERUMUNI BANYAK ORANG, SULE LANTAS SECARA TIBA-TIBA MENGUMUMKAN TARIF MURAH KEPADA ORANG-ORANG SEKITAR
 Sule: “Tenang, pokoknya saya sudah tobat. Ternyata Kartu AS yang **paling murah** langsung dari menit pertama, pagi siang malem, gak ribet, gak dibates-batesin. Oke.”
PALING MURAH Rp 20/MENIT LANGSUNG DARI MENIT PERTAMA. JUJUR DAN TRANSPARAN
“PALING MURAH...YA KARTU AS”

Penggalan tuturan tersebut menunjukkan bahwa penutur percakapan tidak dapat memberikan informasi yang sebenarnya, sehingga yang ditulis dalam bahasa iklan tersebut dinilai meniru dari kompetitor lainnya. Salah satunya adalah meniru dari produk iklan seluler XL yang sebelumnya pernah menggunakan kata-kata “beneran murahnya” sehingga produk iklan seluler As terkesan mengunggulkan tarif murah. Penggunaan kata “paling murah” (sebagai kata superlatif) yaitu kartu seluler As mengangkat slogan dalam iklannya “paling murah Rp 20/menit langsung dari menit pertama, jujur dan transparan”.

Pelanggaran ini sengaja dibuat oleh penutur iklan supaya mencapai salah satu tujuan yaitu menarik perhatian konsumen agar menggunakan layanan jasa seluler tersebut. Iklan operator seluler satu sama lain tidak mau kalah serta saling menyerang untuk mempengaruhi pemirsa, sehingga tujuan akhir sebuah iklan sebenarnya adalah untuk memperoleh keuntungan. Pelanggaran bidal yang lain adalah pelanggaran bidal cara. Pelanggaran bidal cara merupakan pelanggaran bidal manakala penutur tidak dapat menyampaikan sesuatu secara jelas atau kabur dan terkesan berlebihan (Grice, 1975) yaitu dapat dilihat pada kutipan berikut.

KONTEKS: PERCAKAPAN TERJADI ADANYA PENYUAPAN SULE TERHADAP BAIM. PENYUAPAN DENGAN MEMBERIKAN PERMEN KEPADA BAIM AGAR BAIM BERUJAR OM SULE GANTENG, TETAPI HAL ITU TIDAK DIUCAPKAN OLEH BAIM

Baim : “Dari pertama, Om Sule jelek.

Sule : “Dari pertama kalau Rp. 25, 00 –XL murahnya beneran.”

Seluruh percakapan yang terlihat pada kutipan tersebut memuat pelanggaran bidal cara sebagai bagian dari prinsip kerja sama menyarankan penutur untuk mengatakan sesuatu secara jelas, karena jika diperhatikan pada bintang iklan seluler XL, Om Sule yang dinilai secara fisik memang lebih jelek ketimbang Baim. Selain itu, ditemukan penggalan tuturan yang memuat pelanggaran bidal cara dapat dilihat dalam kutipan berikut:

KONTEKS: PERCAKAPAN TERJADI ADANYA PENYUAPAN SULE TERHADAP BAIM. PENYUAPAN DENGAN MEMBERIKAN PERMEN KEPADA BAIM AGAR BAIM BERUJAR OM SULE GANTENG, TETAPI HAL ITU TIDAK DIUCAPKAN OLEH BAIM.

Baim: “Dari pertama, **Om Sule jelek.**

Sule: “Dari pertama kalau **Rp. 25, 00 –XL murahnya beneran.**”

Percakapan tersebut menunjukkan bahwa pelanggaran bidal cara bersifat ketaksamaan, karena tidak ada koherensi antarkalimat satu dan dua tentang “Om Sule Jelek” (kalimat pertama) dan “XL murahnya beneran” (kalimat kedua) yang memiliki maksud ganda yaitu Baim sengaja menyindir Om Sule jelek karena Om Sule dimaknai sebagai tokoh yang membintangi iklan operator seluler As terkesan mengejek produk seluler tersebut yang mengatasnamakan Sule, sebab Sule secara

fisik lebih jelek dibandingkan dengan tokoh Baim yang ganteng, dan diawal kalimat menggunakan repetisi dengan kata “pertama”.

Selanjutnya, juga memuat pelanggaran bidal relevansi. Pelanggaran bidal relevansi muncul manakala percakapan yang terjadi tidak dibuktikan dengan kebenaran (Grice, 1975: 13) yaitu terlihat pada penggalan kutipan berikut.

KONTEKS: PERCAKAPAN TERJADI ADANYA PENYUAPAN SULE TERHADAP BAIM. PENYUAPAN DENGAN MEMBERIKAN PERMEN KEPADA BAIM AGAR BAIM BERUJAR OM SULE GANTENG, TETAPI HAL ITU TIDAK DIUCAPKAN OLEH BAIM.

Sule: “Dari pertama kalau **Rp. 25, 00 –XL murahnya beneran**”

Kutipan penggalan tuturan di atas juga memuat pelanggaran bidal relevansi karena tidak sesuai kenyataan. Hal ini dapat dibuktikan oleh tokoh Sule yang seharusnya membintangi iklan operator seluler As jutsru mengatakan kalau XL yang memiliki tarif paling, selain itu iklan operator seluler yang memiliki tarif murah tidak hanya XL, melainkan kartu As juga pernah menyatakan tarif murah pada iklan operator seluler telkomsel yaitu As, Telkomsel, dan iklan operator seluler Indosat yaitu iklan IM3, Mentari, serta iklan operator XL dan lain sebagainya.

Berbagai contoh data-data yang ada dapat dijadikan sebagai sesuatu hal yang patut untuk dikaji oleh peneliti dalam iklan operator seluler ini dalam tayangan di televisi baik televisi swasta maupun televisi negeri dengan harapan melalui penelaahan yang mendalam eksistensi bahasa iklan memberikan informasi positif yang dapat mengubah pola pikir, sikap, dan perilaku yang dapat menyadarkan masyarakat untuk dapat memilah mana yang diperlukan, sehingga

tidak berperilaku negatif terhadap banyaknya iklan yang ditawarkan bila dibandingkan dengan penelitiannya sebelumnya yang hanya membahas permasalahan sampai pada pelanggaran saja, tidak berikut dengan pematuhan-pematuhan bidal dan alasan-alasan terjadinya pematuhan maupun pelanggaran pada bidal-bidal prinsip kerja sama.

Berdasarkan latar belakang tersebut fokus utama penelitian ini adalah jenis pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi. Berangkat dari permasalahan ini, peneliti bermaksud untuk mengkaji judul penelitian tentang Jenis Pematuhan dan Pelanggaran Bidal-Bidal Prinsip Kerja Sama pada Iklan Operator Seluler di Televisi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditemukan sejumlah masalah yang perlu dianalisis terhadap iklan operator seluler mengenai jenis pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama. Identifikasi masalah ini dapat di sampaikan sebagai berikut:

1. Iklan operator seluler yang ditampilkan ditelevisi, keberadaannya dapat merusak program acara televisi, sebab penayangan iklan operator seluler lebih sering muncul ketimbang program acaranya.
2. Ditemukan adanya pelanggaran bidal seperti bidal kualitas yang berpengaruh terhadap penggunaan kata superlatif berupa kata “paling”, bermakna tidak sesuai dengan kenyataan, yang seharusnya tidak ditunjukkan untuk keuntungan semata, dan pelanggaran bidal cara yang mengandung ketaksaan dalam

menyampaikan maksud secara ganda, sehingga dinilai menjelek-jelekan produk seluler lain, serta melanggar bidal relevansi oleh karena tidak sesuai kenyataan, sebab tokoh Sule yang seharusnya membintangi iklan operator seluler As justru mengatakan kalau XL yang memiliki tarif paling. Selain itu, iklan operator seluler yang memiliki tarif murah tidak hanya XL, melainkan kartu As juga pernah menyatakan tarif murah.

3. Berbagai pelanggaran bidal-bidal yang muncul membuat iklan operator seluler bersaing satu sama lain.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah tersebut mencakup empat hal yang perlu ditekankan dalam penelitian ini. *Pertama*, jenis pematuhan bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi. *Kedua*, jenis pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi. *Ketiga* alasan terjadinya pematuhan bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi. *Keempat*, alasan terjadinya pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi.

1.4 Perumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka pembahasan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apa sajakah jenis pematuhan bidal-bidal prinsip kerja sama yang terdapat pada iklan operator seluler di televisi tersebut?

2. Apa sajakah jenis pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama yang terdapat pada iklan operator seluler?
3. Mengapa terjadi pematuhan bidal-bidal prinsip kerja sama yang terdapat pada iklan operator seluler di televisi?
4. Mengapa terjadi pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama yang terdapat pada iklan operator seluler di televisi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berpijak pada uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) menemukan dan mendeskripsikan jenis pematuhan bidal-bidal prinsip kerja sama yang terdapat pada iklan operator seluler di televisi;
- 2) menemukan dan mendeskripsikan jenis pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama yang terdapat pada iklan operator seluler di televisi tersebut;
- 3) menemukan dan mendeskripsikan alasan terjadinya jenis pematuhan bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi;
- 4) menemukan dan mendeskripsikan alasan terjadinya jenis pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai jenis pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi ini memiliki manfaat, baik manfaat teoretis maupun manfaat praktis. Manfaat-manfaat tersebut sebagai berikut.

16.1. Manfaat Teoretis

Hasil temuan penelitian ini ditemukan jenis pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi dan alasan terjadinya pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi.

16.2. Manfaat Praktis

Temuan dari penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa jenis bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler dalam tuturan, baik yang mematuhi dan melanggar bidal-bidal bermakna untuk menyampaikan maksud tertentu agar lebih menarik disimak, sehingga percakapan tidak kaku dan monoton, selain itu manfaat praktis lain yang didapat dari penelitian ini adalah

16.2.1 Bagi Penonton Televisi

Penelitian ini dapat memberikan gambaran secara jelas mengenai bagaimana tuturan dalam iklan operator seluler di televisi dapat memuat jenis pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama.

16.2.2 Bagi Insan Akademik

Penelitian ini dapat memberikan manfaat di bidang akademik yaitu tentang penggunaan metode padan pragmatik terkait dengan pematuhan dan pelanggaran bidal-bidal prinsip kerja sama pada iklan operator seluler di televisi yang notabene adalah suatu bentuk penyampaian pesan dibalik tuturan.

16.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam memperkaya ide maupun gagasan dalam peningkatan kajian pragmatik terhadap bidal-bidal prinsip kerja sama agar menjadi lebih luas dan terarah, serta membantu menemukan pendekatan yang tepat untuk memahami bidal-bidal prinsip kerja sama tersebut.