



Analisis Presuposisi Dalam Wacana Iklan "Raya Takaful Ikhlas 2024"

Citra Riskya Simanjuntak¹, Intan Sri Devi Sitorus², Najwa Sabrina Putri³, Ratih Susanti⁴

Universitas Negeri Medan, Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221

Korespondensi Penulis : ciky.smjk30@gmail.com

Abstrac. Advertising as one of the forms of communication has an important role in introducing a product that is goods or services to the society. And advertising is one of the parts of the discourse, which is called the advertising discourses. This study aims to describe the assumption analysis in the Takaful Ikhlas 2024 publicity discourse. As for the method used in this research, it is qualitative descriptive. The source of the data used is data collected using the technique of logging and logging. The researchers took a video of the Takaful Ikhlas 2024 publicity, and then recorded all the announcements for classification and analysis. The subject of this study is Takaful Ikhlas 2024. Data analysis process using data reduction, data display (data presentation), conclusion withdrawal (verification). The results of the study found that there are six types of assumptions found: 1) factual assumption (following the vocabulary that can be considered as a fact), 2) non-factual (assuming not true), 3) structural (constantly and conventionally that the part of the structure has been assumed to be true), 4) lexical (interpreting not expressed as understood), 5) existential (associating the existence of an existence), and 6) contractual (not just untrue but the opposite of the truth or not of the fact).

Keyword : Presuppositions, Advertisement

Abstrak. Iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi mempunyai peranan penting untuk memperkenalkan suatu produk yang berupa barang maupun jasa kepada masyarakat. Dan iklan merupakan salah satu bagian dari wacana, yang disebut sebagai wacana iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis presuposisi dalam wacana iklan Raya Takaful Ikhlas 2024. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan berupa data kebahasaan yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik simak dan catat. Peneliti menyimak video iklan Raya Takaful Ikhlas 2024, kemudian mencatat semua ujaran untuk diklasifikasi dan dianalisis. Subjek dalam penelitian ini adalah Iklan Raya Takaful Ikhlas 2024. Proses analisis data menggunakan reduksi data, display data (penyajian data), penarikan kesimpulan (verification). Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat 6 jenis presuposisi (praanggapan) yang ditemukan yaitu: 1) presuposisi faktif (mengikuti kata kerja yang dapat dianggap sebagai suatu kenyataan), 2) presuposisi (praanggapan) nonfaktif (diasumsikan tidak benar), 3) presuposisi (praanggapan) struktural (secara tetap dan konvensional bahwa bagian struktur itu sudah diasumsikan kebenarannya), 4) presuposisi (praanggapan) leksikal (ditafsirkan tidak dinyatakan yang dipahami), 5) presuposisi (praanggapan) eksistensial (mengasosiasikan adanya suatu keberadaan), dan 6) presuposisi (praanggapan) kontraktual (bukan hanya tidak benar melainkan kebalikan dari benar atau tidaknya dengan kenyataan). Dengan adanya presuposisi (praanggapan) ini bertujuan untuk menyampaikan suatu anggapan secara singkat dalam menggambarkan anggapan yang dimaksud.

Kata Kunci : Presuposisi (praanggapan), Iklan

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu media yang digunakan manusia untuk menyalurkan gagasan, pikiran, perasaan serta pendapat. Bahasa adalah suatu sistem lambang bunyi yang bersifat arbitrer. Bahasa tidak hanya digunakan oleh satu orang saja, namun bahasa digunakan oleh sekelompok masyarakat tutur untuk bekerjasama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri.

Received: Maret 30, 2023; Accepted: Juni 03, 2023; Published: Juli 31, 2024

* Citra Riskya Simanjuntak, ciky.smjk30@gmail.com

Tanpa bahasa, manusia tidak dapat melakukan komunikasi antara satu sama lain. Masing-masing orang memiliki pemaknaan sendiri terhadap apa yang disampaikan dan juga apa yang ingin dipahami melalui penggunaan bahasa. Bahasa dapat diekspresikan melalui secara lisan dan juga melalui tulisan. Bahasa merupakan sistem lambang berupa bunyi bersifat arbitrer yang digunakan manusia sebagai alat komunikasi dalam berinteraksi sosial. Sebagai sebuah sistem, maka bahasa itu ialah susunan teratur berpola yang membentuk struktur dan kaidah yang harus diikuti oleh para penutur. Menurut (Chear, 2010:14), bahasa juga bersifat sistematis dan sistemis. Artinya, bahasa itu tersusun menurut satu pola yang tidak tersusun secara acak atau sembarang dan bukan sistem tunggal. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan, bahwa bahasa adalah alat komunikasi yang bersifat sistematis dan sistemis yang sangat penting dalam berinteraksi sosial antara penutur dan mitra tutur di dalam suatu peristiwa tutur.

Ngalim Purwanto mengungkapkan sikap atau yang dalam bahasa inggris disebut attitude adalah “suatu cara bereaksi terhadap suatu perangsang (stimulasi) atau suatu kecenderungan untuk bereaksi dengan cara tertentu terhadap suatu perangsang atau situasi yang dihadapi” (dalam Rubiah, 2011:141). Senada dengan Maswardi (2011:59), menyatakan bahwa, Sikap merupakan keadaan dalam diri manusia untuk bertingkah laku ataupun bertindak terhadap objek tertentu. Dengan kata lain, suatu objek dapat memberi rangsangan yang dapat menimbulkan sikap pada diri seseorang. Sikap ada yang positif dan ada yang negatif. Sikap yang positif muncul karena senang, muncul pula sikap menerima atau setuju, sedangkan sikap negatif yaitu sikap menolak atau tidak senang atau tidak setuju (Maswardi, 2011:59).

Dalam kegiatan percakapan yang dilakukan sering terdapat presuposisi pada komunikasi-komunikasi yang berlangsung. Presuposisi adalah sesuatu yang diasumsikan oleh penutur sebagai kejadian sebelum menghasilkan suatu tuturan. Presuposisi juga terjadi saat seorang penutur mengucapkan tuturan kepada mitra tuturnya. Tuturan yang diungkapkan oleh penutur dapat diindikasikan mengandung presuposisi potensial. Presuposisi potensial merupakan ungkapan dari penutur yang diindikasikan mengandung presuposisi. Kemudian akan menjadi presuposisi sebenarnya dalam konteks dengan penutur sehingga dapat dikatakan bahwa presuposisi terdapat pada penutur, bukan terdapat pada mitra tutur atau tuturan yang diungkapkan oleh mitra tutur. Presuposisi adalah asumsi atau anggapan sementara penutur terhadap mitra tuturnya. Presuposisi dapat diteliti melalui tiga kajian ilmu yaitu semantik, analisis wacana dan pragmatik. Presuposisi adalah bagian dari pragmatik. Pragmatik

merupakan kajian terhadap makna penutur yang disesuaikan dengan konteksnya sehingga memungkinkan untuk lebih mengetahui hal yang dikomunikasikan daripada yang dikatakan. Presuposisi didapatkan dari ungkapan atau pernyataan yang disampaikan penutur tanpa perlu ditentukan yang presuposisi atau praanggapan benar atau salah. Presuposisi atau praanggapan merupakan perkiraan atau sangkaan yang berkaitan dengan kemustahilan sesuatu bisa terjadi. Praanggapan dapat dikatakan sebagai penyimpulan dasar mengenai konteks berbahasa akan membuat bentuk Bahasa mempunyai makna bagi pendengar. Sebaliknya membantu pembicara menentukan bentuk-bentuk bahasa yang dapat mengungkapkan makna atau pesan yang dimaksud.

Presuposisi terjadi dalam sebuah tuturan yang sedang berlangsung. Percakapan adalah salah satu kegiatan yang melibatkan beberapa partisipan. Praanggapan (*presupposition*) berasal dari kata *to presuppose*, yang dalam bahasa Inggris berarti *to suppose before had* (menduga sebelumnya), dalam arti sebelum pembicara atau penulis mengujarkan sesuatu ia sudah memiliki dugaan sebelumnya tentang lawan bicara atau hal yang dibicarakan (Sholihatin, 2019:39). Menurut Sudaryat, (124:2009) praanggapan (*presupposition*) adalah prakiraan atau sangkaan yang berkaitan dengan kemustahilan sesuatu bisa terjadi, masalah proyeksi atau penonjolan sesuatu hal serta berbagai macam keterangan atau perjelas. Yule (2006:43) berpendapat bahwa praanggapan adalah sesuatu yang diasumsikan oleh penutur sebagai kejadian sebelum menghasilkan suatu tuturan. Praanggapan itu dimiliki oleh penutur bukan kalimat. Jadi, dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa praanggapan adalah kesimpulan atau asumsi awal penutur sebelum melakukan tuturan yang akan disampaikan kepada mitra tuturnya.

Istilah “komunikasi” mencakup arti memahami dan berbicara, menyimak dan merespons tindakan. Dalam memahami dan berbicara, menyimak dan merespons tindakan perlu adanya bahasa. Manusia dapat mempersuasi pikiran lawan bicaranya dengan cara merespons atau menanggapi suatu hal sesuai dengan fungsi kebahasaan yang digunakan. Hal ini dapat dipelajari dengan adanya media sebagai penunjang dalam penggunaan bahasa dalam berkomunikasi. Salah satunya ialah iklan (Chaer, 2014:56).

Dalam Iklan mengandung peristiwa terstruktur, ide atau gagasan terorganisir bersifat menawarkan barang atau jasa lewat televisi, radio, majalah atau surat kabar dengan bahasa

informatif, membujuk, meyakinkan, serta mengandung pesan yang lengkap untuk disampaikan kepada pendengar (Mayasari dan Yulyanti, 2020:57).

Iklan juga segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui suatu media dan dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat, agar masyarakat bias mengetahui tentang berbagai produk baru yang telah diproduksi oleh perusahaan tersebut (A'la, 2010:10).

Iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi mempunyai peranan penting untuk memperkenalkan suatu produk yang berupa barang maupun jasa kepada masyarakat. Dan iklan merupakan salah satu bagian dari wacana, yang disebut sebagai wacana iklan. Beragam bentuk iklan yang sangat menarik dan kreatif di media cetak dan media elektronik memunculkan fenomena dalam periklanan sehingga dapat menimbulkan gaya hidup baru. Fenomena ini dapat dipahami apabila dilihat dalam ideologi iklan. Hal itu dapat diartikan sebagai usaha pengiklanan untuk selalu menonjolkan keunggulan produk yang akan diiklankan. Masalah tuturan iklan merupakan fenomena menarik untuk diteliti dari berbagai aspek. Aspek yang dikaji peneliti di dalam iklan adalah praanggapan dan perikutan. Praanggapan disebut juga presuposisi. Sebuah kalimat dapat mempresuposisikan dan mengimplementasikan kalimat yang lain. Sebuah kalimat dikatakan mempresuposisikan kalimat yang lain jika ketidak benaran yang kedua. (yang dipresuposisikan) mengakibatkan kalimat yang pertama (yang mempresuposisikan) tidak dapat dikatakan benar atau salah. Praanggapan berupa andaian penutur bahwa mitra tutur dapat mengenai pasti orang atau benda yang diperkatakan (dalam Rustono 1999:105).

Presuposisi (praanggapan) sering digunakan dalam suatu komunikasi yang berupa lisan atau tulisan. Demikian pula halnya dalam sebuah iklan. Lahirnya sebuah iklan tidak terlepas dari penggunaan praanggapan. Dalam sebuah iklan tentunya terdapat makna atau pesan yang disampaikan oleh pihak pengiklan yang berkaitan dengan praanggapan dari penikmat iklan ketika menonton atau menerima informasi yang terdapat di dalam Iklan Raya Takaful Ikhlas 2024. Oleh karena itu, penikmat iklan harus memahami makna atau pesan yang terdapat dalam Iklan Raya Takaful Ikhlas 2024.

Peran YouTube menjadi salah satu platform bisnis yang telah memiliki sistem monetisasi terhadap konten (Christian, 2019:143). Sehingga peran Youtube sendiri menjadi salah satu penyebaran informasi sekaligus sarana promosi iklan yang dapat memberikan efek ketertarikan pada calon pembeli sehingga secara tidak langsung untuk meng-influence para penikmat konten Youtube.

Dalam sebuah iklan Takaful tentunya terdapat makna yang disampaikan oleh pihak pengiklan yang berkaitan dengan presuposisi (praanggapan) dari penikmat iklan, ketika menonton atau menerima informasi yang terdapat di dalam iklan Raya Takaful Ikhlas 2024. Oleh karena itu, penikmat iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 harus memahami pesan yang terdapat dalam iklan indonesia khususnya iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 yang terdapat di Youtube. Sementara itu, penelitian mengenai praanggapan sebelumnya belum ada yang meneliti tentang analisis praanggapan dalam iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 di Youtube. Namun, penelitian ini dapat dilihat dari objek penelitiannya dalam menganalisis. Oleh karena itu, penelitian dengan judul "Analisis Presuposisi Dalam Wacana Iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 di YouTube", sangat menarik dilakukan penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis tentang praanggapan yang terdapat dalam iklan takafur di Youtube.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Dalam menganalisis, informasi yang dianalisis bukanlah data angka, melainkan dalam bentuk kata-kata (Mahsun, 2014). Perlu diketahui bahwasanya penelitian deskriptif tidak memerlukan administrasi atau pengontrolan terhadap suatu perlakuan dalam artian hanya mencari informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan (Abdullah, 2018). Oleh sebab itu, penelitian ini akan mendeskripsikan analisis iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 dengan menggunakan teori Presuposisi. Adapun sumber data yang digunakan berupa data kebahasaan yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik simak dan catat. Peneliti menyimak video iklan Raya Takaful Ikhlas 2024, kemudian mencatat semua ujaran untuk diklasifikasi dan dianalisis. Subjek dalam penelitian ini adalah Iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 yang ada di media YouTube.

Proses analisis data menggunakan reduksi data, display data (penyajian data), penarikan kesimpulan (verification). Proses diawali dengan pengumpulan data dari video iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 yang telah ada di unggah YouTube, kemudiaan mengelompokkannya

berdasarkan presuposisi. Tahap berikutnya yaitu mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya menarik kesimpulan dari keseluruhan data yang telah terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sediaan data penelitian ini, yakni iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 yang terdapat di media YouTube. Iklan menunjukkan slogan yang digunakan adalah yang terdapat praanggapan di dalamnya. Iklan tersebut akan dianalisis menggunakan teori praanggapan. Hasil analisis ditemukan enam jenis praanggapan dalam iklan Raya Takaful Ikhlas 2024. Penelitian ini terkait menganalisis, untuk menemukan atau mengungkapkan makna melalui pemaparan jenis-jenis praanggapan ini. Bahwa penggunaan praanggapan dalam Iklan Raya Takaful Ikhlas bergantung pada pengetahuan bersama, partisipan, dan konteks situasi. Dengan demikian presuposisi dalam sesuatu yang diasumsikan oleh penutur sebagai kejadian sebelum menghasilkan suatu tuturan (Yule, 2014:43). Untuk lebih jelasnya akan dirangkum tuturan yang menunjukkan praanggapan di Iklan Raya Takaful Ikhlas dalam bentuk kalimat, yakni sebagai berikut.

1. Presuposisi (praanggapan) Faktif

Presuposisi (praanggapan) faktif sebagai praanggapan yang mengikuti kata kerja yang dapat dianggap sebagai suatu kenyataan. Selain itu praanggapan faktif juga merupakan asumsi yang muncul dari tuturan yang dinyatakan dengan kata-kata yang menunjukkan suatu fakta atau berita yang diyakini kebenarannya. Dapat dilihat pada tuturan dibawah ini.

a. Tuturan 1:

Ayu : *Tunggu tunggu tunggu. Terima kasih sebab hari tu pinjamkan payung dan coffe. Saya nak pulangkan payung awak. Ofis awak level berapa?*

Pada tuturan diatas, termasuk dalam Presuposisi Faktif. Alasannya adalah karena Ayu mengasumsikan bahwa Ikhlas telah meminjamkan payung dan kopi sebelumnya, sehingga dia menyatakan terima kasih dan ingin mengembalikannya. Ini mencerminkan peranggapan faktif, di mana Ayu percaya bahwa peristiwa peminjaman payung dan kopi telah terjadi. Dengan demikian, dalam tuturan tersebut, peranggapan faktif terjadi ketika Ayu mengasumsikan bahwa peristiwa yang dia sebutkan (peminjaman payung dan kopi) memang terjadi secara nyata dan benar.

b. Tuturan 2:

Suami : *Kenapa balik kat kampung saya pula ni?*

Istri : *Mak kan Sorang.*

Suami mengasumsikan bahwa istri akan pulang ke kampungnya, sehingga dia bertanya, "*Kenapa balik kat kampung saya pula ni?*" Ini menunjukkan asumsi bahwa keputusan istri untuk pulang ke kampung suami adalah fakta yang sudah pasti. Kemudian ketika istri menjawab, "*Mak kan sorang*", dia mengasumsikan bahwa suami mengetahui bahwa ibu mereka (Mak) tinggal sendirian di kampung. Ini menunjukkan asumsi bahwa keadaan ibu mereka tinggal sendirian di kampung adalah suatu fakta yang diterima.

2. Presuposisi (praanggapan) Nonfaktif

Presuposisi (praanggapan) nonfaktif/nonfaktual sebuah praanggapan yang diasumsikan tidak benar. Dapat dilihat pada tuturan dibawah ini.

a. Tuturan 1:

Ayu : *Aduhh. payung pun tak de ni, hujan pula lebat. Kuyup aku ni. Aduhh...*

Ikhlas : *Awak guna lah payung ini dulu.*

Ayu : *Eh takpe takpe, saya tunggu hujan berhenti, saya balik sendiri je*

Ikhlas : *Tak apa, awak guna je ni dulu. Saya Ikhlas.*

Ayu: Terima kasih ye.

b. Tuturan 2:

Ayu : *Ofis awak level berapa?*

Ikhlas : *Ofis saya tingkat tujuh. Saye ikhlas.*

Ayu : *Hah? eleh mamat ni poyo la. Tak habis habis cakap dia ikhlas. Tahulah dia memang ikhlas, tak payah kah nak cakap banyak kali.*

Pada tuturan diatas, termasuk dalam Presuposisi Nonfaktif. Alasannya adalah karena dalam konteks ini, ada sebuah ambiguitas yang terjadi karena kata "*Ikhlas*" dapat diinterpretasikan sebagai sifat (artinya, memberikan payung tanpa pamrih) atau sebagai nama orang. Ayu menyimpulkan bahwa Ikhlas memberikan payung karena dia memang ikhlas (sifatnya), sementara Ikhlas sebenarnya mengatakan bahwa dia adalah "*Ikhlas*" (nama dirinya), bukan bahwa dia bertindak ikhlas. Dengan demikian, terjadi presuposisi nonfaktif di mana Ayu mengasumsikan bahwa Ikhlas memberikan payung dengan niat ikhlas, sedangkan Ikhlas

sebenarnya hanya menyebutkan nama dirinya. Presuposisi nonfaktif terjadi karena adanya ambiguitas dalam tuturan yang memungkinkan interpretasi yang salah.

3. Presuposisi (praanggapan) Struktural

Presuposisi (praanggapan) struktural suatu struktur kalimat-kalimat yang telah dianalisis sebagai praanggapan secara tetap dan konvensional bahwa bagian struktur itu sudah diasumsikan kebenarannya. Dapat dilihat pada tuturan dibawah ini.

a. Tuturan 1:

Suami : *Awak drive dulu boleh tak? saya letih sikitlah banyak kerja kat ofis nanti saye sambung eh?*

Istri : *Boleh. Awak rehat je, ok?*

Suami : *Hemm...*

Pada tuturan diatas, termasuk presuposisi struktural dalam percakapan ini adalah bahwa suami meminta istri untuk mengemudi karena dia merasa lelah setelah bekerja keras di kantor. Istri memberikan jawaban persetujuan dengan mengatakan "Boleh. Awak rehat je, ok?" yang menunjukkan bahwa dia menerima permintaan suaminya dan menawarkan diri untuk mengambil alih tugas mengemudi. Sehingga asumsi suami bahwa istri akan mengemudi adalah benar. Karena suami sebagai penutur sudah mengidentifikasi kebenaran asumsi tersebut.

4. Presuposisi (praanggapan) Leksikal

Presuposisi (praanggapan) leksikal sebagai praanggapan yang dalam pemakaian suatu bentuk dengan makna yang dinyatakan secara konvensional ditafsirkan dengan praanggapan lain (yang tidak dinyatakan) yang dipahami. Dapat dilihat pada tuturan dibawah ini.

a. Tuturan 1:

Abang : *Tahun ni kan Abang balik beraya dekat kampung kak Ayu kau.*

Pada tuturan tersebut termasuk dalam Presuposisi Leksikal. Alasannya karena dalam kalimat ini, penggunaan frasa "kampung kak ayu kau" menyiratkan asumsi bahwa Adik mengetahui identitas atau makna dari "kak ayu kau". Presuposisi ini mengandaikan bahwa Adik sudah memiliki pengetahuan atau pemahaman tentang siapa yang dimaksud dengan "kak ayu kau" tanpa perlu dijelaskan lebih lanjut oleh pembicara. Dengan demikian, terdapat asumsi yang terkandung dalam frasa tersebut yang tidak secara eksplisit diungkapkan dalam kalimat itu sendiri.

5. Presuposisi (praanggapan) Eksistensial

Presuposisi (praanggapan) eksistensial suatu praanggapan yang mengasosiasikan adanya suatu keberadaan. Dapat dilihat pada tuturan dibawah ini.

a. Tuturan 1:

Helo, nama aku Ayu.

Ini kisah raya pertama aku, bersama suamiku yang aku love sangat kat sebelah ni (sembari melirik kea rah kanan)

Tuturan tersebut termasuk dalam Presuposisi Eksistensial. Alasannya adalah karena dalam tuturan tersebut, Ayu menyampaikan keberadaannya dan keberadaan suaminya serta hubungan mereka. Presuposisi Eksistensial mencakup asumsi-asumsi tentang keberadaan entitas tertentu atau peristiwa tertentu. Dalam tuturan tersebut, Ayu menyatakan bahwa ini adalah kisah raya pertamanya bersama suaminya, yang menunjukkan bahwa Ayu dan suaminya ada dan memiliki hubungan.

b. Tuturan 2:

Istri : *Abang, saya nak packing untuk balik raya ni. Abang ada nak bawak apa apa tak?*

Suami : *Boleh tak kalau, tahun ni kita balik kampung saya?*

Istri : *Apa?*

Suami : *Bukan apa, kasihan dekat Mak tu raya sorang sorang. Lagian adik baru je dapat kerja kan. Tapi tak dapat cuti raya.*

Tuturan tersebut termasuk dalam Presuposisi Eksistensial. Dalam kasus ini, suami mengasumsikan bahwa ibunya (mertua Ayu) akan merayakan Hari Raya sendirian jika mereka tidak pulang ke kampung. Ini menunjukkan bahwa suami menganggap ibunya (mertua Ayu) ada dan akan merayakan Hari Raya.

Suami juga mengasumsikan bahwa adiknya baru saja mendapatkan pekerjaan, tetapi tidak mendapatkan cuti untuk merayakan Hari Raya. Ini menunjukkan asumsi tentang keberadaan adiknya dan situasi pekerjaannya. Jadi, dalam percakapan ini, terdapat presuposisi eksistensial terkait dengan keberadaan ibu mertua dan adik suami.

c. Tuturan 3:

Adik : *Adik nak tanya ni. Macam mana? Jadi ke Abang balik raya teman Mak nanti?*

Dalam tuturan ini, abang mengasumsikan bahwa ibu mereka (Mak) ada dan akan merayakan Hari Raya bersama dengan mereka. Presuposisi ini menegaskan bahwa keberadaan ibu mereka adalah fakta yang diterima oleh pembicara dan pendengar tanpa perlu dijelaskan lebih lanjut.

d. Tuturan 4:

Adik : *Ahhh tapi, Mak sorang bang. Ok lah bang hemm. Kirim salam dekat kak ayu nanti ye.*

Abang : *Ah iye lah iye lah.*

Dalam tuturan ini, adik mengasumsikan bahwa ibu mereka (Mak) ada dan merayakan Hari Raya sendirian. Ini terungkap dalam pernyataan Adik, "Mak sorang bang." Dengan kata lain, Adik berasumsi bahwa keberadaan ibu mereka adalah fakta yang diterima oleh pembicara dan pendengar. Dalam balasan Abang, "Ah iye lah iye lah", Abang secara tidak langsung mengonfirmasi atau menyetujui asumsi Adik tentang keberadaan ibu mereka.

e. Tuturan 5:

Mak : *Ikhlas... Ikhlas . Bangun. Apa ni tidur je. Kau biar bini kamu bawak kereta sorang-sorang eh?. Ikhlas, bangun... Eh bangun lah.*

Ikhlas : *Mak?*

Mak : *Iye, Mak siapa lagi. Ada Mak lain ke?*

Ikhlas : *Ayu mana Mak?*

Mak : *Itu ha, ada Kat belakang bonet tu tengah angkat bag, pergi tolong dia.*

Dalam tuturan ini ketika Mak mengatakan "Ikhlas... Ikhlas. Bangun", dia mengasumsikan bahwa Ikhlas ada dan tengah tidur di dalam mobil. Kemudian ketika Mak bertanya "Mak siapa lagi. Ada Mak lain ke?", dia mengasumsikan bahwa Ikhlas mengetahui siapa yang memanggilnya. Ini menunjukkan asumsi bahwa Mak adalah satu-satunya Mak yang ada di tempat tersebut, sehingga tidak perlu lagi dijelaskan atau diidentifikasi. Selanjutnya ketika Ikhlas bertanya "Ayu mana Mak?", dia mengasumsikan bahwa Ayu (istri Ikhlas) ada di sekitar sana atau sedang bersama dengan Mak. Ini menunjukkan bahwa Ikhlas mengasumsikan keberadaan Ayu di tempat tersebut.

6. Presuposisi (praanggapan) Kontrafaktual

Presuposisi (praanggapan) kontrafaktual berarti bahwa apa yang dipranggapkan bukan hanya tidak benar, melainkan kebalikan dari benar atau tidaknya dengan kenyataan (Yule, 2014:46). Dapat dilihat pada tuturan dibawah ini.

a. Tuturan 1:

Masa-masa ayu mengendarai mobil diperjalanan sambil berpikir karena tiba-tiba ayu teringat sesuatu.

Ayu : *Awak ni... awak dah janji dah dengan saya, masa mula-mula kawin awak cakap tahun pertama kita raya kampung saya. Awak janganlah nak mungkir janji macam ni. (selesai berbicara, ayu pergi)*

Suami ayu melamun di ruang tamu dan teringat kata-kata adiknya melalui telepon saat dikantor.

Sesampai dirumah emak Ikhlas.

- Ayu : Mak kan seorang.
Ikhlas : Tak apa ke tahun ni kita raya kat sini?
Ayu : Tak apa. Kali ni, saya yang ikhlas.
Ikhlas : Terima kasih sayang.
Ayu : Sama-sama.
Ibu ikhlas : *Korang semua dah makan belum?*
Ayu : Belum mak.
Ibu ikhlas : Jom, naik atas dulu. *Kita makan apa yang ada dulu ye?*
Ikhlas : Ikhlas nak tutup pintu kejap.

Pada tuturan diatas, ditemukan data yang berisi praanggapan kontrefaktual. Karena praanggapan yang mempresuposisikan sesuatu yang tidak benar atau tidak sesuai dengan kenyataan. Pada kalimat tersebut, ayu kecewa melihat ikhlas sambil berasumsi karena suaminya sudah berbohong/ingkar janji kepada dirinya, perkataannya tidak sesuai dengan masa mereka menikah hingga sekarang ucapan suaminya telah berubah. Kemudian meninggalkan suaminya yang berada di ruang tamu. Tetapi ayu gampang kecewa, padahal suaminya baik dan peduli, hanya menyampaikan hari raya ke rumah orang tua ikhlas sebab emaknya hanya tinggal seorang diri dirumah kampungnya. Suami ayu hanya ingin mengetes jawaban ayu, ternyata ikhlas berasumsi didalam pikiran bahwasannya ayu ternyata egois dan tidak mengalah. Pada saat sudah sampai dirumah emak Ikhlas, ternyata asumsi suami ayu salah dalam pandangannya terhadap ayu, sebab istrinya baik dan peduli sama suaminya untuk lebaran dirumah emak Ikhlas.

Pembahasan

Wacana iklan sebagai wacana yang biasa dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, sebab iklan berkaitan dengan penjualan produk yang akan dibeli oleh masyarakat. Pada iklan takafur menunjukkan arti dapat dilakukan dengan merenungi apa yang ada di dalam diri manusia sendiri. Penggunaan bahasa iklan takafur ditunjukkan acapkali terdapat suatu praanggapan di dalamnya. Dalam bahasa itu mengandung makna atau pesan yang akan disampaikan oleh pihak pengiklanan kepada penonton atau pendengar. Iklan mempunyai seperti strategi atau target ranting, bertujuan untuk mendapatkan sebuah penghargaan youtube dan agar semua penonton dapat melihat iklan takafur tersebut.

Media yang digunakan di era modern seperti sekarang untuk memasarkan produk melalui iklan. Iklan menjadi instrumen atau jasa yang ditunjukkan kepada masyarakat luas,

seperti youtube. Iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang mempunyai peran sangat penting dalam memperkenalkan atau memasarkan produknya. Hampir seluruh produk-produknya yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari di promosikan melalui iklan. Iklan yang ditayangkan di Youtube dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan bahasa yang terkadang tersirat bagi penonton atau pendengar (Zevira, 2019:29).

Saat ini penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi lisan, yang banyak orang menggunakannya. Selain itu, sering digunakan sebagai alat komersial suatu bisnis perusahaan. Salah satu contohnya ialah penggunaan bahasa dalam bidang periklanan. Bahasa dalam iklan sangatlah menarik dan unik, karena iklan diharapkan mampu menarik perhatian serta minat bagi pembaca atau yang melihat iklan tersebut untuk membeli produk yang diiklankan.

Penyampaian informasi dan tujuan suatu wacana iklan akan menjadi sempurna dengan pemilihan bahasa yang didasarkan pada konteks supaya mudah dipahami dan diterima oleh semua kalangan masyarakat. Bahasa dalam iklan sendiri dapat diteliti dari segi presuposisinya, di mana presuposisi akan menjadi dasar penyampaian maksud dari penutur kepada mitra tutur (Mawardi, 2023: 647). Cabang ilmu bahasa yang mempelajari makna satuan bahasa secara implisit adalah pragmatik. Dalam banyak literatur pragmatik dipaparkan bahwa kajian lingkup pragmatik, yakni praanggapan atau presuposisi dan entailment (Rahardi 2019:47).

Pada pembahasan ini akan mengkaji mengenai presuposisi (praanggapan) pada iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 di aplikasi youtube, serta makna bahasa yang terkandung dalam iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 di youtube sebagai strategi pihak pengiklan untuk menarik konsumen. Melalui pemaparan jenis-jenis praanggapan tuturan diatas, diharapkan dapat membantu mengungkap makna dalam slogan iklan Raya Takaful Ikhlas 2024 di youtube. Untuk lebih jelasnya pada bagian pembahasan akan dirangkum dalam bentuk kalimat dibawah ini.

Pada Iklan Raya Takaful Ikhlas yang terdapat pada perempuan yang sedang berteduh sambil menunggu hujan berhenti dan laki-laki itu menghampiri ke teman perempuannya sambil memegang payung yang dibawakannya dan mereka berdua bersama-sama berdiri didepan kantor tempat mereka kerja.

Dari gambaran wajah penutur akan melakukan sebuah tindakan yang baik untuk mendekati lawan tutur, bertujuan untuk menjadi teman baru, yang biasanya berkaitan dengan menawarkan atau memohon. Pada penutur si laki-laki itu menawarkan payung kepada mitra tutur perempuan tersebut. Tetapi mitra tutur perempuan itu menyampaikan maksud seperti pura-pura menolak bantuan laki-laki itu, karena merasa malu atau segan. Penutur laki-laki

memohon atau memaksa mitra tutur perempuan tersebut, agar melakukan apa yang diinginkannya yaitu untuk memakai payung punya dia.

Praanggapan yang diasumsikan untuk menyatakan eksistensi atau keberadaan kepemilikan anggapan. Praanggapan ini bertujuan untuk menyampaikan suatu anggapan secara singkat dan tidak bertele-tele dalam menggambarkan anggapan yang dimaksud. Misalnya, kata saya ikhlas ini yang memicu munculnya praanggapan seseorang terkait apa yang dituturkannya kepada pendengar. Mitra tutur ayu itu berasumsi karena dia ikhlas membantunya agar bisa cepat pulang serta tidak kena hujan dan juga si penutur laki-laki ini rela kena hujan maupun basah bajunya demi dirinya.

Kemudian, mitra tutur ayu itu mengambil tiba-tiba dan di pakai juga payung tersebut, sambil meninggalkan laki-laki itu sendirian berteduh didepan kantor yang merupakan tempat mereka berdua bekerja. Pada saat perempuan itu pergi dengan payungnya, laki-laki itu kaget. Ternyata penutur menyampaikan maksud lain yaitu dia ingin memberitahukan nama aslinya kepada perempuan tersebut, kalau nama laki-laki penutur itu adalah bernama ikhlas. Karena supaya bisa berkenalan menjadi teman yang baru dan bisa berdua sambil berdiri bersama-sama berteduh dibawah payungnya, karena si laki-laki itu ingin mengobrol atau bercerita banyak agar semakin akrab menjadi teman, sebelum dia menyampaikan cintanya. Tetapi di luar asumsi laki-laki tersebut tidak menjadi kenyataan/kecewa melihat suasana tersebut.

Pada Iklan Raya Takaful Ikhlas yang terdapat pada laki-laki yang sedang membawa minuman es dengan menghampiri mitra tutur perempuan. Didalam minuman es terdapat kata-kata sepucuk surat warna kuning yang tertempel di minuman mitra tutur ayu, yang bertujuan memberikan efek atau mendorong mitra tutur untuk melakukan sesuatu. Dalam isyarat tersebut, penutur menyampaikan makna lain yaitu memohon untuk meminum coffe agar semangat dalam bekerja dan supaya wajahnya tetap berseri atau tidak mengantuk dalam mengerjakan laporan kantor. Penutur melakukan itu, agar mereka bisa menjadi teman dan dia menyukai mitra tutur ayu tersebut. Ditemukan ekspresi sikap dan perasaan terhadap suatu situasi atau reaksi terhadap sikap dan tindakan baik dari sipenutur. Pada saat mitra tutur ayu kaget/termenung, karena tidak sempat mengucapkan terima kasih. Lalu, ayu menoleh kebelakang dan ternyata laki-laki tersebut menoleh kebelakang juga yaitu ayu membalas dengan senyuman dan penutur langsung paham maksudnya yaitu ayu ingin berteman dan berterima kasih kepadanya.

Pada Iklan Raya Takaful Ikhlas yang terdapat pada ayu dan ikhlas yang sedang bersama-sama berada didalam lift. Pada saat memasuki lift, tiba-tiba ayu kaget melihat laki-laki tersebut juga sudah berada di dalam lift. Kemudian, penutur dan mitra tutur bersama-sama

saling bertatapan dan berduaan didalam lift tersebut. Sehingga menimbulkan suasana canggung terhadap mereka berdua. Terdapat ungkapan ekspresi sikap dan perasaan terhadap suatu situasi atau reaksi terhadap sikap dan tindakan orang, yang berfungsi untuk mengungkapkan atau mengutarakan sikap psikologis penutur terhadap keadaan yang tersirat. Misalnya, penutur mengucapkan terima kasih kepada mitra tutur atas bantuan perilaku baiknya terhadap ayu.

Dengan adanya praanggapan ini bertujuan untuk menyampaikan suatu anggapan secara singkat dalam menggambarkan anggapan yang dimaksud. Misalnya, kata saya ikhlas. Kalau makna ikhlas itu "sungguh-sungguh" atau "dengan tulus". Sebagai perwujudan keikhlasan hati atau ketika memberi bantuan demi kepentingan orang lain. Tetapi, asumsi ayu menyalahartikan maksud penutur tersebut dan suasana ayu geram melihat laki-laki tersebut mengucapkan bolak-balik dengan kata saya ikhlas. Ayu berpikir kalau laki-laki tersebut tidak ikhlas atau mengungkit-ngungkit kembali bantuannya dulu terhadap dirinya dengan mengharapkan imbalan/penghargaan. Sesudah di tingkat tujuh lift, ketika teman kantornya memanggil nama laki-laki tersebut yaitu ikhlas kamu kemana saja ada yang mencarimu. Disitu, ayu sadar kalau asumsinya tidak sesuai dengan apa yang dipikirkannya, sehingga ayu malu melihat dirinya sendiri. Yaitu bahwasannya si mitra tutur tersebut bernama ikhlas.

Pada Iklan Raya Takaful Ikhlas yang terdapat pada ayu dan ikhlas yang sedang didalam mobil karena menyambut lebaran untuk mengunjungi kerumah orang tua mereka. Tiba-tiba ayu melihat suaminya yang lagi tertidur dimobil dan ayu kepikiran sesuatu mengenai kata-kata suaminya yang bernama ikhlas, saat mereka masih dirumah. Selama perjalanan ayu sambil mengendarai mobil dan melihat tamflet yang bertulis takafur ikhlas kami melindungi anda. Tamflet tersebut diatas tol. Kemudian di jalan, ayu memberhentikan mobil mereka dan melihat suaminya ketiduran. Lalu ayu berpikir didalam mobil. Akhirnya, ayu berubah pikiran dan pergi ke rumah orang tua ikhlas dikampungnya.

Pada saat ikhlas bangun dia terkejut dan berpraanggapan kalau dia sedang mimpi melihat wajah emaknya, ternyata pikiran dia salah bahwasannya dia sudah berada di rumah emaknya serta bukan sekedar mimpi tapi asli dan ikhlas menanyakan kemana istrinya kepada emaknya. Jadi, ada semacam daya di dalamnya yang timbul dari makna sebuah tuturan. Sebagai untuk menyatakan sesuatu juga berfungsi untuk melakukan sesuatu, di dalam sebuah tuturannya. Kemudian, emaknya memberi tahu kepada ikhlas kalau istrinya berada di belakang dan ibunya menyuruh ikhlas untuk mengangkat bag mereka yang berat. Pada saat selesai menurunkan bag, ibu ikhlas menawarkan makanan kepada mereka supaya tenaganya kuat/pulih kembali, karena keadaan mereka kelelahan sebab baru sampai dan belum makan selama di

perjalanan. Lalu, ikhlas menghampiri ayu dan mengucapkan terimakasih kepada istrinya bahwasannya pikiran dia salah ternyata istrinya baik dan lebih ikhlas agar suaminya gembira maupun semangat dalam menyambut lebaran dan berkumpul bersama keluarga tersebut.

KESIMPULAN

Melalui analisis yang telah dilakukan pada artikel berjudul Presuposisi Dalam Wacana Iklan "Raya Takaful Ikhlas 2024" terdapat 6 jenis presuposisi (pranggapan) yang ditemukan yaitu: 1) presuposisi faktif (mengikuti kata kerja yang dapat dianggap sebagai suatu kenyataan), 2) presuposisi (pranggapan) nonfaktif (diasumsikan tidak benar), 3) presuposisi (praanggapan) struktural (secara tetap dan konvensional bahwa bagian struktur itu sudah diasumsikan kebenarannya), 4) presuposisi (praanggapan) leksikal (ditafsirkan tidak dinyatakan yang dipahami), 5) presuposisi (praanggapan) eksistensial (mengasosiasikan adanya suatu keberadaan), dan 6) presuposisi (praanggapan) kontraktual (bukan hanya tidak benar melainkan kebalikan dari benar atau tidaknya dengan kenyataan). Jadi lebih jelasnya telah dirangkum tuturan yang menunjukkan peranggapan dalam bentuk kalimat.

Praanggapan yang diasumsikan untuk menyatakan eksistensi atau keberadaan kepemilikan anggapan. Praanggapan ini bertujuan untuk menyampaikan suatu anggapan secara singkat dan tidak bertele-tele dalam menggambarkan anggapan yang dimaksud. Misalnya, kata saya ikhlas ini yang memicu munculnya praanggapan seseorang terkait apa yang dituturkannya kepada pendengar. Mitra tutur ayu itu berasumsi karena dia ikhlas membantunya agar bisa cepat pulang serta tidak kena hujan dan juga si penutur laki-laki ini rela kena hujan maupun basah bajunya demi dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, M. 2010. *Super Kreatif, Gokil, dan Murah Membuat Iklan*. Jogjakarta: FlashBooks.
- Chaer, A. 2010. *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A. 2014. *Sosiolinguistik Pengenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Christian, M. 2019. Telaah Keniscayaan Iklan Di Kanal Youtube Sebagai Perilaku Khalayak Di Kalangan Milenial. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(2), 141 -158
- K. Abdullah. 2018. *Beberapa Metodologi dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen*. Gowa: Gunadarma Ilmu.

- Khotimah, K. 2022. Presuposisi Dalam Slogan Iklan Minuman di Televisi Kajian Pragmatik. *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 9(2), 185-196.
- Munawaroh, H. 2017. Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan pada Media Sosial Line. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Mawardi, D. 2023. Presuposisi dalam Wacana Iklan Telepon Genggam di Aplikasi Shopee pada Bulan Februari 2022 dan Implikasi Pembelajaran di SMA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 647-653.
- Mahsun. 2014. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajawali Press.
- Maswardi. 2011. *Pendidikan Karakter Anak Bangsa*. Jakarta: Baduose.
- Mayasari & Yulyanti, Yuyun. 2020. Implikatur Dalam Wacana Kampanye Pemilihan Legislatif. *Jurnal KIBASP*, 3(2), 276 – 288
- Purwanto, B. E, & Purnomo, P. 2016. Bentuk dan Fungsi Presuposisi Wacana Iklan pada Alat Transportasi di Wilayah Pantura Kota Tegal. *Skripsi*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Rustono. 1999. *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: CV. IKIP Semarang Press.
- Rahardi, K. 2019. *Pragmatik Konteks Intralinguistik dan Konteks Ekstralinguistik*. Yogyakarta: Amarabooks.
- Rubiah. 2011. Pengaruh Sikap Siswa Dalam Proses Pembelajaran Terhadap Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam Siswa Madrasah Tsanawiyah Al- Huda Pekanbaru. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Sholihatin, E. 2019. Kajian Presuposisi Pada Tuturan Makian Masyarakat Arek. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(1), 39-43.
- Sudaryat, Y. 2009. *Makna dalam Wacana*. Bandung: Yrama Widya.
- Yule, G. 2014. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yule, G. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Zevira, E. 2019. Analisis Praanggapan Dalam Iklan Produk Kecantikan Di Youtube. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(2), 27-38.