



DEPARTEMEN BAHASA DAN SASTRA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS GADJAH MADA



MAKALAH SEMINAR NASIONAL
**ISU-ISU MUTAKHIR
LINGUISTIK**

Selasa-Rabu, 24-25 Oktober 2017
Auditorium G. Poebatjaraka lt.3. Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Gadjah Mada

Editor:
Dr. Y. Tri Mastoyo, M.Hum.
Dr. Suhandano, M.A.
Ari Wulandari, S.S., M.A.



FORUM LINGUISTIK

‘ISU-ISU MUTAKHIR LINGUISTIK’ MAKALAH SEMINAR NASIONAL

Editor:
Dr. Y. Tri Mastoyo, M.Hum.
Dr. Suhandano, M.A.
Ari Wulandari, S.S., M.A.

FORUM LINGUISTIK

‘ISU-ISU MUTAKHIR LINGUISTIK’

MAKALAH SEMINAR NASIONAL

Editor:
Dr. Y. Tri Mastoyo, M.Hum.
Dr. Suhandano, M.A.
Ari Wulandari, S.S., M.A.

Desain Sampul : Yudo Suryo Hapsoro
Desain Isi : Adwidya Susilo Yoga
I Desak Ketut Titis Ary Laksanti
18 x 25,5 cm,680 hlm.
ISBN : 9786025155208
Tahun Terbit : 2017

Diterbitkan oleh:
Departemen Bahasa dan Sastra
Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	3-9
PENGANTAR REDAKSI	10-11
PENELITIAN BAHASA JAWA MODERN DENGAN TEORI-TEORI LINGUISTIK MUTAKHIR: SEBUAH UPAYA PELESTARIAN KAJIAN BAHASA DAERAH OLEH IKA NURHAYANI, M. HUM., PH.D	12-18
BAHASA SEBAGAI MEDIA HIPNOTERAPI DALAM DUNIA KESEHATAN OLEH ABDUL RAHMAN	19-23
KEGOYAHAN STRUKTUR KALIMAT ANAK USIA PRASEKOLAH OLEH AHSANI MAULIDINA	24-30
KESEPADANAN TERJEMAHAN BUKU CERITA ANAK DWIBAHASA BERJUDUL <i>PANCURAN PANGERAN</i> DENGAN MENGGUNAKAN METODE REISS OLEH AJENG CITRA HARJANI MARIA DAN HARRIS HERMANSYAH SETIAJID	31-38
PROPAGANDA DALAM UNGGAHAN AKUN FACEBOOK HRS JELANG AKSI BELA ISLAM II (AKSI 411) OLEH ALI KUSNO	39-51
<i>CORRECTIVE FEEDBACK</i> SEBAGAI SATU MEDIA TERHADAP KESALAHAN BERBHASA OLEH ANDI DIAN RAHMAWAN	52-54
PEMERTAHANAN BAHASA DAERAH LINTAS GENERASI DI KOMPLEKS BTN FUAD ARAFAH 2 KABUPATEN BULUKUMBA SUL-SEL OLEH ST. WAHIDAH, ANDI KARMILA, A. ANDRYANI ASRA	55-59
NOMINALISASI LEKSIKAL BAHASA INGGRIS DAN BAHASA MONGONDOW OLEH ANDIANI REZKITA NABU	60-67
JEJAK EINER HAUGEN : EKSPLORASI TEORETIS DAN ISU-ISU MUTAKHIR PENELITIAN EKOLINGUISTIK OLEH ANTONIUS NESI	68-80
PENYAKIT SAWAN PADA BALITA DI KALANGAN ORANG JAWA: KAJIAN LINGUISTIK ANTROPOLOGIS OLEH ARI WULANDARI	81-91
MODEL PEMAKNAAN DALAM LINGUISTIK FORENSIK OLEH ASISDA WAHYU A. P., M.HUM	92-96
TINGKAT ELATIF KONOTASI KOSAKATA DALAM BUKU PELAJARAN BAHASA INDONESIA OLEH ATIKAI SOLIHAH	97-101

PENGGUNAAN PILIHAN BAHASA INGGRIS (<i>LANGUAGE CHOICE</i>) SEBAGAI IDENTITAS <i>MUSYRIFAH</i> DI MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALY OLEH AYU HARLY UTAMI	102-108
ANALISIS LEKSEM PENGUNGKAP EKSPRESI SENANG ATAU KEBAHAGIAAN DALAM BAHASA INGGRIS OLEH AYUNINDA ERDIANI	109-119
ETNISITAS DAN PEMERTAHANAN BAHASA: STUDI KASUS BAHASA SUMBAWA DI ANTARA BAHASA SASAK DAN BAHASA BALI DI KARANG TALIWANG, KOTA MATARAM, NTB OLEH BAIQ RISMARINI NURSALY	120-127
TINDAK TUTUR EKSPRESIF DALAM NOVEL <i>JANE AUSTEN</i> OLEH CITRA SURYANOVIA	128-143
PERGESERAN PENERJEMAHAN DALAM BUKU CERITA ANAK DWIBAHASA OLEH CLAUDIA CHYNTIA AYU ANGGRAENI DAN HARRIS HERMANSYAH SETIAJID	144-149
GAMBARAN FISIK IDEAL DALAM MASYARAKAT JAWA BERDASARKAN <i>PANYANDRA PERANGAN AWAK</i> OLEH DIAH ARUMITA CANDRA	150-159
PENERAPAN BAHASA WALIKAN PADA KOSAKATA BAHASA GAUL TAHUN 2010-2016 OLEH DITA DEWI PALUPI	160-168
PENDETEKSIAN SARKASME UNTUK KATEGORISASI UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL OLEH DYAH KANIA PITALOKA DAN RAHMAT KURNIA	169-178
PERMAINAN BAHASA DALAM IKLAN SUSU OLEH ENING HERNITI	179-184
ANALISIS KONTRASTIF KALIMAT TANYA INFORMATIF BAHASA INGGRIS DAN BAHASA JAWA OLEH EVY PEBRI ILA RACHMA	185-200
PEMETAAN RANAH METAFORA MUSIK DALAM BAHASA INDONESIA: TINJAUAN AWAL OLEH FARADILA NURBAITI	201-211
PENGEMBANGAN MEDIA KARTU UNTUK PEMBELAJARAN UNGGAH-UNGGUH BASA JAWA BAGI SISWA SD/MI KELAS V OLEH FATIHATUS SYAHIDA	212-225
PEMBELAJARAN BAHASA KETIGA BAGI PEMBELAJAR DEWASA OLEH FENY ANGGERIA	226-230

PERIBAHASA SEBAGAI CERMIN RELASI ORANG WOLIO OLEH FIRMAN ALAMSYAH MANSYUR	231-242
BINGKAI MEDIA TERKAIT PEMUTARAN KEMBALI FILM G30S/PKI: STUDI KASUS PADA REPUBLIKA DAN KOMPAS OLEH FITRIA AGUSTINA DAN LINA HANAFIYAH	243-247
KETAJAMAN TUBUH DALAM METAFORA ORIENTASIONAL BAHASA SUNDA OLEH HERA MEGANOVA LYRA	248-254
LEKSIKON DAN MAKNA KULTURAL KAIN KHAS BANJAR <i>SASIRANGAN</i> OLEH HESTIYANA.....	255-266
REKONSTRUKSI KELUARGA BAHASA MADURA (TINJAUAN AWAL) OLEH I GEDE BAGUS WISNU TEMAJA	267-269
BEBERAPA KEKURANGAN PADA ENTRI LEMA DAN SUBLEMA KAMUS DALAM PERANGKAT LUNAK PEMERIKSA EJAAN <i>MICROSOFT WORD</i> 2016 OLEH ICUK PRAYOGI	270-274
ANALISIS WACANA KRITIS IDEOLOGI KECANTIKAN IDEAL IKLAN PRODUK KECANTIKAN DALAM MAJALAH <i>VOGUE USA</i> OLEH IDA CAHYANI	275-285
ANALISIS <i>FRAMING</i> PEMBERITAAN SERANGAN TEROR DI PARIS DAN SERANGAN UDARA PRANCIS DI RAKKA NOVEMBER 2015 DALAM MEDIA DARING <i>LE MONDE</i> OLEH IDHAM RAHARFLAN	286-294
NOMINALISASI DALAM BAHASA INGGRIS DAN BAHASA INDONESIA: TINJAUAN MORFOLOGI DAN SINTAKSIS OLEH IKMI NUR OKTAVIANTI DAN NOOR CHAIRANI.....	295-303
REPRESENTASI KECERDASAN BAHASA DALAM PROSES PEMASARAN ERA INDUSTRI KREATIF OLEH ISNAENI UNGGUL RAHAYU.....	304-311
PENDEKATAN LINGUISTIK DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA OLEH ISTIFATUN ZAKA	312-319
INTERFERENSI BAHASA MELAYU DALAM PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA MAHASISWA SEBATIK PERBATASAN YANG BERADA DI MALANG OLEH JOSEPHINE SALU	320-331
KESANTUNAN SERUAN <i>REK</i> SEBAGAI BENTUK KEKUATAN BAHASA NASIONAL DALAM AKUN INSTAGRAM <i>ASLI SUROBOYO</i> OLEH KARINA SOFIANANDA ARMAZA FARABA, SUMARLAM, DAN DWI PURNANTO.....	332-338

PRINSIP KESOPANAN PADA SITUS JEJARING SOSIAL <i>FACEBOOK CLUB SEPAK BOLA MADURA UNITED</i> OLEH KUSYAIRI	339-344
TRANSFER NILAI KARAKTER MELALUI KESANTUNAN BERBAHASA OLEH SITI LESTARI DAN LISTYANING SUMARDIYANI	345-349
EKSPLORASI EKOLINGUISTIK DALAM KONTEKS NAMA TEMPAT DAN JALAN OLEH REHULINA JUNIARTI BR. SEMBIRING, ROOSELINA AYU SETYANINGRUM, DAN MARIA ENY KURNIATI	350-353
STUDI KASUS PENERJEMAHAN <i>TO BE</i> PADA NOVEL TERJEMAHAN OLEH MARIA ULFA	354-361
RELASI LEKSIKAL DALAM BAHASA MUALANG SEKADAU: KAJIAN SEMANTIK OLEH MARTINUS BAYU WIJONARKO	362-373
AKUSTIK EKSPERIMENTAL TUTURAN BERMODUS INTEROGATIF BAHASA ARAB FUSAH MESIR OLEH MUHAMMAD RIDWAN, TRIYANTI NURUL HIDAYATI, DAN ISTIQAMAH SULISTYONINGRUM	374-379
PENGENALAN TERHADAP PEMBINGKAIAN OLEH MUHAMMAD SULUH JATI	380-388
PERBEDAAN <i>BUNSETSU</i> DAN FRASA DALAM BAHASA JEPANG OLEH NADYA INDA SYARTANTI	389-393
REDUPLIKASI DWIPURWA DALAM PEMBENTUKAN VERBA DENOMINAL DALAM BAHASA JAWA OLEH NANIK HERAWATI	394-403
OVERLEKSIKALISASI DALAM PENERJEMAHAN DIATESIS MEDIAL BAHASA PRANCIS KE DALAM BAHASA INDONESIA OLEH NI KETUT WIDHIARCANI MATRADEWI	404-411
PENGUNGKAPAN MAKNA JAMAK PADA NOMINA BAHASA JEPANG OLEH NURLELA	412-423
ANALISIS KONTRASTIF IDIOM BERUNSUR AIR DAN API DALAM BAHASA INGGRIS DAN BAHASA INDONESIA OLEH OKTADEA HERDA PRATIWI	424-434
INTERFERENSI FONOLOGI BAHASA MELAYU PALEMBANG DIALEK LUBUKLINGGAU TERHADAP BAHASA INGGRIS OLEH OKTARIA HASIYANA	435-442

LANSKAP LINGUISTIK DAN IDEOLOGI PASAR: KAJIAN TERHADAP NAMA-NAMA DAN LABEL RUMAH MAKAN MINANG OLEH OKTAVIANUS.....	443-450
STRUKTUR INFORMASI DAN KOMPLEKSITAS KALIMAT DALAM ARTIKEL ILMIAH BERBHASA INDONESIA DAN BERBHASA INGGRIS: KAJIAN LINGUISTIK FUNGSIONAL SISTEMIK OLEH PUTU NUR AYOMI	451-459
KLITIKA DALAM BAHASA ACEH OLEH RAHIL HELMI	460-466
PENGGUNAAN TANDA ASTERIK (*) DALAM MEDIA SOSIAL OLEH RAWINDA FITROTUL MUALAFINA	467-478
PRAGMATIK DIREKTIF DALAM KALIMAT INTEROGATIF BAHASA BANJAR OLEH RISSARI YAYUK	479-488
KONSTRUKSI LINGUAL NONKANONIK PADA PENGEMASAN INFORMASI BAHASA INDONESIA DAN BAHASA INGGRIS OLEH RIZKY ARIF AFANDI.....	489-498
MEMBEDAKAN BUNYI VOKAL MONOTHONG PENDEK /i/, /u/, /ʌ/ DAN /ə/ DALAM KOSAKATA BAHASA INGGRIS OLEH MAHASISWA BERBHASA IBU BAHASA JAWA OLEH RIZKY FITRI LESTARI	499-504
PENTINGNYA PERAN KONTEKS DALAM INTERAKSI SOSIAL PADABAHASA MUALANG SUKU DAYAK MUALANG OLEH ROSENDI GALIH SUSANI	505-512
ANALISIS KONTRASTIF REFERENT HONORIFCS DALAM BAHASA JAWA, BAHASA JEPANG, DAN BAHASA KOREA OLEH RUKMONO DANANG NUGROHO	513-522
TATA NAMA PADI LOKAL DALAM BAHASA SASAK-LOMBOK OLEH SAHARUDIN.....	523-529
BAHASA WANITA PADA AKUN <i>LAMBE TURAH</i> DI INSTAGRAM OLEH SANDRA DAMAR SISWANTI DAN MIFTAHUL HUDA.....	530-535
TANDA BACA SEBAGAI SARANA BEREKSPRESI DALAM MEDIA SOSIAL OLEH SHANTY DEWI MASITA	536-539
ANALISIS KONTRASTIF STRUKTUR KALIMAT BAHASA ARAB DAN BAHASA PERSIA OLEH SITI FATIMAH	540-553
PADANAN PROSES AFIKSASI NOMINALISASI VERBA BERIMBUHAN {-ATION}, {-MENT}, {-AL} DARI BAHASA INGGRIS DALAM BAHASA INDONESIA OLEH UBAIDILLAH AMIR	554-558

ANALISIS TERHADAP PELANGGARAN MAKSIM DALAM "ILK (INDONESIA LAWAK KLUB): HILANGNYA LAGU ANAK-ANAK" OLEH UZLIFATUL JANNAH, LAILATUL HASANAH, DAN SYAFIYAH	559-564
MEMBAHASAKAN PESAN TERTULIS KE WISATAWAN (PILIHAN BAHASA ORANG MADURA DI BANGKALAN) OLEH WA ODE WINESTY SOFYANI	565-571
PENGGUNAAN RAGAM BAHASA YANG TIDAK SESUAI DENGAN SITUASI DALAM FILM <i>GET A JOB</i> OLEH WAHIDAH MURRISKA SARI	572-580
KARAKTERISTIK BAHASA TONI BLANK (SEORANG PENDERITA SKIZOFRENIA) OLEH WAHYU WIJI NUGROHO	581-590
SENYAPAN DALAM PRODUksi TUTURAN: DURASI, PERSENTASE, DAN FUNGSINYA OLEH WIRA KURNIAWATI.....	591-598
ALIH KODE DAN CAMPUR KODE BAHASA JEPANG DALAM PERCAKAPAN ANGGOTA GRUP <i>FACEBOOK</i> HIMAJE UGM OLEH WIWIK RETNO HANDAYANI	599-605
SUNGAI SEBAGAI SUMBER MATA PENCAHARIAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERBENDAHARAAN KOSAKATA BAHASA BANJAR: KAJIAN EKOLINGUISTIK OLEH YULIATI PUSPITA SARI.....	606-613
INTERPRETASI KONTEKSTUAL MEMAHAMI HUMOR MENGGUNAKAN PELANGGARAN MAKSIM DALAM "GARFIELD GOES TO WAIST" OLEH YUNE ANDRYANI PINEM	614-627
ANALISIS WACANA KRITIS FILM ANIMASI IMPOR OLEH YUNIZA ULFA Z.....	628-635
彭 GAMBARAN IDENTITAS PERSONAL SEORANG RIDWAN KAMIL MELALUI "CAPTION INSTAGRAM" MILIKNYA: KAJIAN WACANA DAN IDENTITAS OLEH ZENI FITRIA NINGSIH DAN SYAFIYAH	636-641
UNDAK USUK DALAM LIRIK LAGU MUSIK HIP HOP JAWA OLEH ZULISIH MARYANI.....	642-650
CAMPUR KODE DALAM LAGU DANGDUT JAWA "SAYANG" VIA VALLEN OLEH RIZKI AMALIA SOLIHAH	651-657
ANALISIS BENTUK DEVIASI DALAM KOLOM STATUS DAN KOMENTAR FACEBOOK MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA STKIP MUHAMMADIYAH BULUKUMBA OLEH A. ANDRYANI ASRA DAN ANDI KARMILA	658-665

MEMAHAMI KONSTRUKSI BAHASA TULIS PEWARTA DALAM KALIMAT BERITA HOAX PADA MEDIA INTERNET OLEH ANDI KARMILA DAN A. ANDRYANI ASRA	666-674
BIOGRAFI PENULIS.....	674-680

PERMAINAN BAHASA DALAM IKLAN SUSU

Ening Herniti

Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga

Jl. Marsda Adisutjipto Yogyakarta 55281

e-mail: ening.herniti@uin-suka.ac.id; eningherniti@yahoo.co.id

Abstrak

Permainan bahasa adalah eksplorasi elemen bahasa, seperti bunyi, suku kata, dan kata. Permainan bahasa dalam sosiopragmatik tidak hanya meletakkan bahasa dalam fungsinya sebagai alat komunikasi antarmanusia, tetapi bahasa juga dapat digunakan untuk mengungkapkan maksud penutur. Permainan bahasa dalam iklan susu di televisi merupakan aktivitas merekayasa bentuk bahasa dengan tujuan untuk menarik perhatian pemirsa televisi. Hal ini sesuai dengan tujuan iklan, yakni membujuk pemirsa dengan berbagai permainan bahasa yang menarik agar dapat mendorong munculnya hasrat untuk membeli. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara aktual bentuk permainan bahasa dalam iklan susu di televisi. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh dari *youtube* yang menayangkan iklan susu. Setelah itu data ditranskripsi dan diklasifikasi berdasarkan pada bentuk-bentuk permainan bahasa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa permainan bahasa dalam iklan susu berbentuk (1) repetisi bunyi akhir kata yang berupa vokal dan vokal-konsonan, (2) repetisi suku kata yang berupa repetisi substitusi homofon, (3) repetisi parsial yang berupa kata dengan suku kata, (4) repetisi kata, dan (5) rotasi kata. Repetisi ini bukan hanya dimaksudkan untuk estetis, melainkan juga agar iklan tersebut mudah diingat oleh pemirsa.

Kata Kunci: permainan bahasa, sosiopragmatik, iklan, repetisi

A. Pendahuluan

Tiap kata adalah penyalur gagasan, di dalamnya terkandung makna yang hendak disampaikan kepada orang lain. Setiap kata mempunyai jiwa yang mampu menggerakkan orang-orang yang berjumpa dengan kata itu sehingga menimbulkan reaksi (Leksono-Supelli, 1998:198). Kata-kata yang terangkai dalam iklan televisi seperti memiliki magnet tersendiri. Dengan kata-kata tersebut pemirsa seolah dipaksa untuk percaya bahwa apa yang disajikan dalam iklan televisi adalah sesuatu yang memang nyata terjadi.

Iklan bertujuan untuk mendorong masyarakat agar mau membeli produk yang ditawarkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, dalam pengolahan pesan iklan diperlukan strategi kreatif agar dapat menimbulkan kesadaran atas suatu merek (*brand awareness*). Salah satu strateginya adalah dengan menggunakan permainan bahasa. Permainan bahasa dalam iklan susu di televisi merupakan aktivitas merekayasa bentuk bahasa dengan tujuan untuk menarik perhatian pemirsa televisi. Hal ini sesuai dengan tujuan iklan, yakni membujuk pemirsa

dengan berbagai permainan bahasa yang menarik agar dapat mendorong munculnya hasrat untuk membeli (Monle Lee dan Carla Johnson, 2011: 10).

Istilah permainan bahasa atau *language games* kali pertama diperkenalkan oleh Ludwig Wittgenstein dalam bukunya yang berjudul *Philosophical Investigations* (1983). Permainan bahasa merupakan suatu konsep yang fundamental dalam *Philosophical Investigations* (Kaelan, 2004:132). Kaelan (2009: 145-154) menandaskan bahwa pemikiran Wittgenstein tersebut lebih menekankan pada aspek pragmatik bahasa atau lebih meletakkan bahasa dalam fungsinya sebagai alat komunikasi dalam hidup manusia. Menurutnya, keanekaragaman dalam hidup manusia memerlukan bahasa yang digunakan dalam konteks tertentu. Oleh karena itu, setiap konteks kehidupan manusia menggunakan bahasa tertentu yang memiliki aturan-aturan main tertentu. *Language game* oleh Wittgenstein diibaratkan seperti permainan catur bahwa setiap bahasa memiliki fungsi atau peranan yang berbeda bergantung pada konteks pemakaiannya.

Wittgenstein menyatakan bahwa makna sebuah kata bergantung pada penggunaannya dalam suatu kalimat. Makna kalimat bergantung pada penggunaannya dalam bahasa, sedangkan makna bahasa adalah bergantung pada penggunaannya dalam hidup. Oleh karena itu, Wittgenstein menyarankan agar pemahaman terhadap bahasa harus dianalisis berdasarkan penggunaannya dalam konteks tertentu (*meaning in use*) (Kaelan, 2009: 124-125). Permainan bahasa dalam pengertian Wittgenstein meliputi (1) memberi perintah, (2) menaati perintah, (3) melaporkan, (4) mengarang cerita, (5) membaca cerita, (6) menjawab teka-teki, (7) bersenda gurau, (8) membuat lelucon, (9) menerjemahkan, (10) bertanya, (11) berterima kasih, (12) berdoa, dan (13) ragam bahasa lainnya (Kaelan, 2009: 145-154).

Permainan bahasa adalah eksploitasi elemen bahasa, seperti bunyi, suku kata, bagian kata, kata, frasa, kalimat, dan wacana sebagai pembawa makna dan maksud tuturan sedemikian rupa sehingga elemen itu secara gramatik, semantik, atau pragmatik akan hadir tidak seperti semestinya (Wijana, 2006:58). Eksploitasi elemen bahasa tersebut digunakan untuk bersenda gurau, melulu, mengejek, atau menertawakan sesuatu yang dianggap lucu atau ironis. Permainan bahasa ada yang secara sengaja dikreasikan, tetapi ada pula secara tidak sengaja terbentuk atau ditemukan. Permainan bahasa yang disengaja akan menimbulkan guyongan (*joke*), sedangkan yang tidak disengaja akan memunculkan humor (Wijana, 2006:59).

Penelitian yang mengkaji permainan bahasa pernah dilakukan oleh Sutji Hartiningsih, dkk. (2013) dengan judul "Permainan Bahasa dalam Masyarakat Multilingual di Jawa Timur Suatu Kajian Sosiolinguistik", Penelitian Ali Kusno (2014) yang berjudul "Permainan Bahasa pada Humor Cak Lontong (Sebuah Tinjauan Sosiolinguistik)", dan Tulisan Dessy Saputry (2015) yang berjudul "Permainan Bahasa pada Plat Nomor Kendaraan Bermotor (Suatu Kajian Sosiolinguistik)".

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara aktual bentuk permainan bahasa dalam iklan susu di televisi. Metode yang digunakan adalah

metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh dari *youtube*. Data kemudian Data ditranskripsi dan diklasifikasi berdasarkan pada bentuk-bentuk permainan bahasa.

B. Bentuk-Bentuk Permainan Bahasa

Menurut Wijana (2003: 3), permainan bahasa adalah pemakaian bahasa berupa tuturan yang mengandung berbagai penyimpangan fonologi, gramatikal, kecacauan hubungan bentuk dan makna, dan berbagai pelanggaran yang bersifat pragmatis dengan tujuan melucu, mengkritik, menasihati, melarang, dan lainnya yang tidak mudah diidentifikasi. Wittgenstein menyatakan bahwa perbedaan nada suara dan tampilan yang mereka ucapkan dengan berbagai nada suara dan dengan berbagai ekspresi wajah merupakan permainan bahasa (1983:10). Setiap ragam permainan bahasa mempunyai aturan permainan tertentu yang mencerminkan ciri atau corak khas permainan bahasa yang bersangkutan. Berikut merupakan bentuk permainan bahasa yang menjadi corak dalam iklan susu di televisi.

1. Repetisi Bunyi pada Akhir Kata

Repetisi bunyi pada akhir kata berupa vokal dan vokal-konsonan sebagaimana dijelaskan berikut.

a. Berupa Vokal

(1) Susu SGM Eksplor: *Jadikan dunia sahabatnya*.

Bunyi vokal /a/ pada *dunia* direpetisi pada klitik -nya pada *sahabatnya*. Tuturan *Jadikan dunia sahabatnya* dimaksudkan dengan minum susu SGM Eksplor, anak-anak dapat mengeksplor dunianya, yaitu bermain dengan tanpa rasa takut lelah dan sakit. Hal ini terjadi karena susu memberi nutrisi yang mampu menjaga sistem imun pada tubuh anak.

(2) Susu Ultra Mini 2015: Biarkan ia tumbuh alami menjadi pemberani dan berilah nutrisi alami Ultra Mini

Bunyi vokal /i/ direpetisi pada kata *menjadi*, *alami*, *pemberani*, *nutrisi*, *alami*, dan *mini*. Pemilihan repetisi vokal /i/ karena menyelaraskan dengan kata *mini* pada merek susu Ultra Mini.

(3) Frisian Flag Gold edisi Ramadhan 2017: Awali dengan nutrisi, akhiri dengan manis

Bunyi akhir berupa vokal /i/ pada *awali* berepetisi dengan *nutrisi* dan *akhiri*. Tuturan *Awali dengan nutrisi* dimaksudkan adalah mengawali ibadah puasa atau sahur dengan mengonsumsi yang bernutrisi baik. Sementara itu, tuturan *akhiri dengan manis* maksudnya adalah saat menjalankan puasa Ramadan tidak akan merasa lemas sampai saat berbuka karena nutrisinya terpenuhi.

b. Berupa Vokal-Konsonan

Permainan bahasa yang berupa repetisi akhir kata yang berwujud vokal-konsonan terdapat pada iklan berikut.

(4) Iklan Susu SGM 3 versi Pohon Strawberry: Semua berawal dari akal

Repetisi vokal kosongan tampak pada bunyi *al* pada kata *berawal* dan kata *akal*. Maksud tuturan *Semua berawal dari akal* adalah agar seorang anak tumbuh cerdas, anak tersebut harus mengonsumsi susu SGM 3 untuk perkembangan otaknya.

2. Repetisi Suku Kata Bersubtitusi Homofon

Yang dimaksud dengan repetisi suku kata bersubtitusi homofon adalah pengulangan suku kata yang diganti dari suku kata yang sebenarnya dengan bunyi yang sama. Hal ini tampak pada data berikut.

(5) Susu Zee: NutriZee 'tuk dukung prestaZee

Suku kata *-Zee* pada kata *"nutriZee"* pada iklan di atas mengantikan suku kata *si* pasa kata *nutrisi*. *NutriZee* dan *nutrisi* berhomofon. Kata NutriZee dengan penulisan huruf *"Z"* ditulis kapital merujuk pada merek susu Zee.

3. Repetisi Parsial

Repetisi parsial berupa repetisi kata dengan suku kata. Hal ini tampak iklan berikut.

(6) Susu Dancow: Aku dan *kau* suka dancow

Kata *kau* terdapat keselarasan bunyi *cow* pada *dancow*. Pada iklan tersebut menggunakan pronomina persona *kau* mengimplikasi antara penutur dan mitra tutur akrab atau sejarar.

4. Repetisi Kata

Repetisi kata merupakan permainan bahasa. Hal ini senada dengan pendapat Wittgenstein bahwa pengulang kata seperti *ring-a-ring-a-roses* merupakan permainan bahasa (Wittgenstein, 1983: 5). Permainan bahasa yang berupa kata tampak pada iklan berikut.

(7) Lactogen 3 ActivGro Rasa Madu: Happy tummy, happy kids

Repetisi kata *happy* pada kontruksi *happy tummy* dan *happy kids* pada iklan di atas mengimplikasikan bahwa jika seorang anak tidak bermasalah pada perutnya (pencernakannya), seorang anak akan selalu bahagia. Hal tersebut dapat terwujud bila mengonsumsi susu Lactogen 3 ActivGro.

(8) Bebelac edisi Ramadan: Di bulan hebat sebarkan kebaikan hebat

Aksi hebat di bulan hebat

Kata *hebat* pada iklan di atas diulang tiga kali, yakni di bulan *hebat*, kebaikan *hebat*, dan aksi *hebat*. Kata *hebat* pada *bulan hebat* mengacu pada 'bulan Ramadan'. Kata *hebat* pada *kebaikan hebat* mengacu pada 'perbuatan yang sangat baik'. Kata *hebat* pada *aksi hebat* mengacu pada tindakan memilih susu yang tepat pada bulan Ramadan.

(9) Susu Cap Enaak: Yang enak tambah enak

Pengulangan kata *enak* pada *yang enak* mengacu 'makanan yang rasanya lezat' dan *tambah enak* mengacu pada 'memberi susu Cap Enaak' pada makanan tersebut. Jadi, maksud tuturan *yang enak tambah enak* adalah makanan yang enak akan semakin enak bila diberi atau ditambahkan susu Cap Enaak. Pengulangan kata *enak* diselaraskan dengan merek susu tersebut agar mudah diingat oleh konsumen atau calon konsumen.

(10) Frisian Flag: Susu saya susu bendera

Pengulangan kata susu pada kontruksi *susu saya* bermakna ‘susu yang saya milik’ dan *susu bendera* bermakna ‘susu yang bermerek bendera atau Frisian Flag’.

5. Rotasi Kata

Yang dimaksud rotasi kata adalah pembalikan kata atau kata yang dibalik. Hal ini tampak pada iklan berikut.

(11) Susu Ultra Mimi 2015: Ultra Mini tumbuh alami, alami tumbuh

Permainan bahasa berbentuk rotasi kata tampak pada kontruksi *tumbuh alami* dan *alami tumbuh*. *Tumbuh alami* mengacu pada seorang anak yang mengonsumsi susu Ultra Mini akan tumbuh secara alami. Hal ini mengimplikasikan susu Ultra Mini terbuat dari bahan alami. Sementara itu, kontruksi *alami tumbuh* mengacu pada alami tumbuh kembang si anak.

C. Simpulan

Permainan bahasa dalam iklan susu berbentuk (1) repetisi bunyi akhir kata yang berupa vokal dan vokal-konsonan, (2) repetisi suku kata yang berupa repetisi substitusi homofon, (3) repetisi parsial yang berupa kata dengan suku kata, (4) repetisi kata, dan (5) rotasi kata. Repetisi ini bukan hanya dimaksudkan untuk estetis, melainkan juga agar iklan tersebut mudah diingat oleh pemirsa.

Daftar Pustaka

- Hartiningsih, Sutji, Dwi Handayani, dan Sri Ratnawati. “Permainan Bahasa dalam Masyarakat Multilingual di Jawa Timur Suatu Kajian Sosiolinguistik”. 2013. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2017 dari <http://repository.unair.ac.id/28893>.
- Kaelan, M.S. 1998. *Filsafat Bahasa*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kaelan, M.S. 2004. *Filsafat Analitis menurut Ludwig Wittgenstein*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kusno, Ali. 2014. “Permainan Bahasa pada Humor Cak Lontong (Sebuah Tinjauan Sosiolinguistik)” dalam Jurnal *Lingua* Vol. 10, No. 2 diakses pada 3 Oktober 2017 dari https://journal.unnes.ac.id/artikel_nju/lingua/3232.
- Leksono-Supelli, Karlina. 1998. “Bahasa untuk Perempuan: Dunia Tersempitkan” dalam Idi Subandi Ibrahim dan Hanif Suranto, *Wanita dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Saputry, Dessy. 2015. “Permainan Bahasa pada Plat Nomor Kendaraan Bermotor (Suatu Kajian Sosiolinguistik)” dalam Jurnal *Kreasi* Vol. XV No. 1, Februari 2015, hlm. 1-14 diakses pada 5 Oktober 2017 dari <http://ejournal.stkippringsewu-lpg.ac.id/index.php/kreasi/article/view/90>.
- Wijana, I Dewa Putu. 2003. “Permainan Bahasa dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pengajaran Ilmu Bahasa Indonesia”. Yogyakarta.
- Wijana, I Dewa Putu dan Muhammad Rohmadi. 2006. *Sosiolinguistik: Kajian Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wittgenstein, Ludwig. 1983. *Philosophical Investigation*. terj. G.E. M. Anscombe. Oxford: Blackwell.

Monle Lee dan Carla Johnson. 2011. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, terj. Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana.