

MAKNA IMPLIKATUR PERCAKAPAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KOTA MAKSSAR

Sitti Aida Azis, (sittiidaazis@unismuh.ac.id)

Syafruddin (syafruddin64@rocketmail.com)

Rosmini Madeamin (minimadeamin@unismuh.ac.id)

PROGRAM PASCASARJANA PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah menjawab masalah yaitu mendeskripsikan makna implikatur percakapan iklan layanan masyarakat Kota Makassar. Menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memanfaatkan ilmu Pragmatik sebagai alat analisis. Data sebanyak 7 (tujuh) gambar iklan. Sumber data, jalan protokol kota Makassar. Hasil atau simpulan penelitian adalah, ketujuh gambar iklan mengajak, memnghimbau, menganjurkan, memerintahkan kepada masyarakat Makassar bahwa: (1) jangan keluar rumah apabila tidak ada keperluan mendesak karena penambahan kasus corona makin meningkat; (2) dengan menggunakan semen tonasa pembangunan akan aman, kokoh, terpercaya; (3) *Blibli* adalah penitipan barang yang aman dan terpercaya; (4) pegipegi adalah layanan pemesanan tiket murah dan mudah, cukup menggunakan ponsel pintar; (5) merokok membahayakan kesehatan; (6) BCA adalah bank yang terpercaya dengan transaksi mudah dan aman; dan (7) seorang pemimpin adalah panutan bawahannya.

Kata kunci: implikatur, iklan, layanan, masyarakat, Makassar.

ABSTRACT

The research objective is to answer the problem, namely to describe the implicature meaning of the conversation in Makassar City public service advertisements. Using a qualitative descriptive method that utilizes pragmatics as an analysis tool. Data as many as 7 (seven) advertising images. Data source, Makassar city protocol road. The results or conclusions of the research are, the seven advertising images invite, urge, advise, instruct the people of Makassar that: (1) do not leave the house if there is no urgent need because the addition of corona cases is increasing; (2) using cement tonasa development will be safe, sturdy, reliable; (3) *Blibli* is safe and reliable storage of goods;

(4) pegipegi is a cheap and easy ticket booking service, only using a smartphone; (5) smoking is harmful to health; (6) BCA is a trusted bank with easy and safe transactions (7) a leader is a role model for his subordinates.

Keywords: implicature, advertisement, service, community, Makassar.

PENDAHULUAN

Bahasa dan masyarakat merupakan dua unsur yang tidak dapat dipisahkan, karena di dalam kehidupan, manusia sangat membutuhkan bahasa sebagai alat komunikasi antar-sesama. Seorang penutur memerlukan bahasa sebagai sarana agar petutur mengerti dan memahami apa yang disampaikan, seperti fungsi bahasa, salah satunya sebagai alat penghubung.

Melalui bahasa manusia menyatakan perasaan dan pendapat, bahkan dengan bahasa, manusia dapat berpikir dan bernalar. Bahasa merupakan suatu alat yang paling utama untuk berkomunikasi antar manusia. Dengan kata lain, manusia akan sangat tergantung pada suatu bahasa. Di samping itu, manusia adalah makhluk sosial, makhluk yang tidak dapat hidup tanpa orang lain. Pun bahasa yang digunakan oleh manusia bukanlah bahasa yang statis, tetapi bahasa yang selalu berkembang sesuai kebutuhan pemakainya.

Kajian bahasa yang mampu mengakomodasi aspek-aspek di luar bahasa dalam pengkajiannya adalah pragmatik. Pragmatik menurut mengkaji empat hal meliputi dieksis, praanggapan, tindak tutur dan implikatur. Sementar, Adtyarini. 2013 mengemukakan bahwa Pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (pembaca). sebagai akibatnya studi ini lebih banyak berhubungan dengan analisis tentang apa yang dimaksudkan orang dengan tuturan-tuturannya daripada dengan makna terpisah dari kata atau frasa yang digunakan dalam tuturan itu sendiri. Lain halnya yang disampaikan oleh Wiriyotinoyo,

2010:13) “bahwa pragmatik adalah telaah mengenai segala aspek makna yang tidak tercakup di dalam teori semantik, makna yang ditelaah pragmatik adalah makna setelah dikurangi makna yang ditelaah oleh semantik, semantik menelaah makna kalimat sedangkan pragmatik menelaah makna tuturan. Kalimat adalah wujud abstrak seperti yang didefinisikan dalam teori tata bahasa. Sedangkan tuturan adalah ujaran kalimat yang ada pada konteks yang sesungguhnya.” Dengan demikian semantik mengeluti makna kata atau klausa yang bebas konteks, sedangkan pragmatik mengeluti makna kata, klausa, atau kalimat yang terikat oleh konteks.

Tambahan lagi, Pragmatik menurut Purwo (1990:1) bahwa ada empat fenomena dalam Pragmatik, salah satu di antaranya adalah implikatur percakapan. Dari beberapa sumber dapat diketahui bahwa konsep implikatur merupakan pengembangan teori tentang cara menggunakan bahasa, yang menghendaki seperangkat asumsi yang memandu kegiatan percakapan sebagai suatu tindakan berbahasa.

Implikatur adalah implikasi dari suatu ujaran yang berupa proposisi yang sebenarnya bukan merupakan bagian dari ujaran tersebut dan bukan merupakan konsekuensi yang harus ada dari ujaran tersebut (Gunarwan,1994:52). Implikasi adalah makna konotatif dari suatu ujaran (Sumarmo, 1988:170). Pada dasarnya, setiap ujaran selalu ada tambahan makna, tambahan keterangan yang tidak atau dituliskan oleh pemasang (iklan) yang walaupun tidak dituliskan atau diujarkan tertangkap juga oleh pembaca. Sementara itu, Halliday dan Hasan (1979:236) menyatakan bahwa analisis teks adalah analisis bahasa yang merupakan unit semantis dan bukan unit struktural atau gramatikal.

Leech (1993:22) berpendapat bahwa retorika diartikan

sebagai penggunaan bahasa secara efektif dalam arti yang sangat umum. Sehubungan dengan itu, istilah retorika menurut batasan Leech memusatkan kajian pada situasi

Terkait dengan bahasa, dipahami ada bahasa singkat tetapi memunyai makna padat. Hal ini dapat dilihat pada bahasa iklan sebagai media untuk mempromosikan karena dapat menyampaikan bermacam informasi suatu hal, barang, atau jasa melalui media massa baik *online* maupun *offline*, televisi, radio, koran, majalah, internet, HP, poster, pamflet, brosur, dan spanduk untuk mudah dilihat oleh masyarakat.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI:882) mendefinisikan iklan sebagai: (1) berita pesanan (untuk mendorong, membujuk) kepada khalayak ramai tentang benda dan jasa yang ditawarkan, (2) pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa seperti surat kabar dan majalah.

Pengungkapan makna ataupun pesan sebuah iklan harus memperhatikan hubungan antara unsur verbal dan non-verbal sebuah iklan dengan lingkungan sekitarnya (konteks iklan), secara sosial dan budaya. Hubungan timbal balik antara unsur tekstual dengan unsur kontekstual dalam sebuah iklan, menjadikan iklan komersial sebagai wacana yang sangat menarik untuk dapat diteliti dan dikaji lebih dalam (Wandykumis. 2010).

Dengan begitu, tulisan ini akan menguraikan makna implikatur percakapan iklan layanan masyarakat kota Makassar

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang memanfaatkan ilmu Pragmatik sebagai alat analisis. Jenis penelitian secara deskriptif, berarti penelitian ini dilakukan semata-mata hanya berdasarkan kepada fakta dan fenomena yang memang secara empiris ada objeknya. Data dalam hal ini, berupa iklan layanan masyarakat kota Makassar terdiri 7 (tujuh) iklan. Ke tujuh gambar iklan yang dimaksud refresentatif untuk semua gambar iklan yang terdapat di kota Makassar. Sumber data diambil pada

jalan protokol kota Makassar antara lain: jalan Sultan Alauddin, Mallengkeri, Penghibur, Ratulangi, Ahmad Yani, Sudirman (diambil 20 Juni 2020). Teknik pengumpulan data dengan memotret iklan yang terpajang di jalan selanjutnya mendata sesuai dengan jenis iklan. Analisis data dengan menggunakan teknik pragmatik sesuai dengan objek peneliti sehingga makna implikatur iklan layanan masyarakat Makassar jelas dipahami.

PEMBAHASAN

Implikatur percakapan memiliki makna dan pengertian lebih bervariasi. Peralpnya pemahaman terhadap hal yang dimaksudkan sangat bergantung pada konteks terjadinya percakapan. Implikatur percakapan hanya muncul dalam suatu tindak percakapan (*speech act*). Oleh karenanya, implikatur tersebut bersifat temporer (terjadi saat berlangsungnya tindak percakapan), dan non konvensional (sesuatu yang diimplikasikan tidak mempunyai relasi langsung dengan tuturan yang diucapkan) Mulyana. 2005.

Dengan demikian implikatur dapat dikatakan memberikan penjelasan yang eksplisit atau secara nyata mengenai cara memaknai lebih dari sekadar “apa yang sebenarnya diucapkan”. Dengan kata lain implikatur memberikan gambaran tindak tutur tertentu. Implikatur percakapan juga merupakan adanya keterkaitan antara ujaran-ujaran yang diucapkan antara dua orang yang sedang bercakap-cakap. keterkaitan ini tidak tampak secara literal, tetapi hanya dipahami secara tersirat (Purwo, 1990).

Mengacu dari pendapat tersebut, akan dipaparkan berturut-turut 7 (tujuh) gambar iklan yang dipotret pada jalan protokol kota Makassar, sehingga makna implikatur percakapan dapat dipahami. untuk lebih jelasnya diperhatikan uraian berikut ini.

Gambar Iklan 1



Kalimat, “TABE’ HARUSNYA KITA TIDAK LIHAT INI *PULANG MAKI KE RUMAH*, ayo sama samaki cegah virus corona”

Kata “tabe’ dalam bahasa Bugis Makassar bermakna permisi (Indonesia). Iklan tersebut semua orang yang membaca pasti memahami bahwa, kita (masyarakat) sebaiknya tidak usah keluar rumah seandainya tidak ada keperluan yang mendesak. Virus corona sangat ganas dan banyak kasus yang terjadi di kota Makassar, terutama diperhatikan di pasar-pasar dan tempat perbelanjaan relatif banyak yang tidak mengindahkan protokol kesehatan.

Data terakhir yang dikeluarkan Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Makassar, hingga Rabu (8/7) tercatat sebanyak 3.868 orang positif. Dari jumlah tersebut, sebanyak 2.575 orang masih dirawat--676 orang dirawat di rumah sakit dan 1.899 melakukan isolasi mandiri. Dari total positif Corona, sebanyak 29,2 persen atau 1.131 orang dinyatakan sembuh dan 4,1 persen atau 162 orang meninggal dunia.

Oleh karena itu, iklan tersebut menganjurkan bahwa, marilah masyarakat Makassar bersama-sama mencegah dengan

tidak keluar rumah dan tetap mematuhi protocol kesehatan iaitu, pakai masker, jaga jarak dan setiap 20 menit harus mencuci tangan dengan air mengalir. Hal ini merupakan makna eksplisit dari iklan tersebut, karena semua yang membaca dapat memahami.

Sementara diperhatikan gambar (foto) yang tampak dengan nama Dr. H. Syamsu Rizal, M.I., M.Si., adalah mantan wakil wali Kota Makassar priode 2014-2019.

Memperhatikan gambar dan nama yang terpajang, bagi masyarakat Makassar adalah sosok yang dipanuti, pemimpin yang krismatik, disenangi dan disanjung. Oleh karena seorang Syamsul Rizal apabila mengajak pastika banyak yang mengikutinya, sekalipun beliau adalah mantan wawali. Tambahan lagi, pilkada yang akan datang beliau mencalonkan diri sebagai wali kota Makassar. dengan begitu, iklan tersebut sangat cocok sebagai promosi sebagai ajakan kepada seluruh masyarakat Makassar untuk memilih beliau. Inilah makna implisit dari percakapan iklan tersebut.

Disimpulkan bahwa makna implikatur percakapan iklan adalah mengajak, mengimbau, memberitahukan kepada masyarakat Makassar tidak keluar rumah apabila tidak ada kebutuhan yang mendesak. Di sisi lain, terlihat makna eksplisit iaitu, kalimat dalam iklan semua pembaca memahaminya. Demikian pula makna implisit terdapat dibalik gambar atau foto dan nama, bahwa beliau adalah sosok panutan bagi masyarakat kota Makassar.

Gambar Iklan 2



Kalimat “Demi Keselamatan Mari Gunakan SEMEN TONASA. Kokoh, Kuat & Terpercaya.

Jaminan Mutu Produk dalam Negeri”

Secara eksplisit siapa pun yang membaca kalimat tersebut dapat memahaminya bahwa, semen tonasa sifatnya kokoh, kuat, dan terpercaya. Hal ini terjadi karena bahan-bahan semen tonasa adalah bahan yang terbaik. Pun semen tersebut mutunya terjamin, produk dalam negeri.

Secara implisit, kalimat tersebut menyampaikan bahwa siapa saja yang menggunakan semen tonasa untuk pembangunan seperti, gedung pertemuan, rumah, jalanana, akan terjamin keselamatan bagi penggunanya, karena bahan baku semen terpercaya, bangunan akan kokoh, dan kuat. Dipahami pula bahwa mutu semen terjamin, produk dalam negeri. Produk dalam negeri harus dicintai, karena menggunakan produk dalam negeri merupakan pencerminan dari sikap cinta tanah air dan sikap bela Negara. Di samping itu, menggunakan produk-produk dalam

negeri juga dapat ikut membantu perekonomian bangsa Indonesia. Dengan demikian, kedaulatan bangsa ini dapat tetap terjaga dan menjadi lebih kuat. Dengan begitu, iklan tersebut, mengajak, menyampaikan kepada masyarakat yang akan membangun menggunakan semen tonasa dengan ungkapan, “Demi Keselamatan Mari Gunakan SEMEN TONASA. Kokoh, Kuat & Terpercaya. Jaminan Mutu Produk dalam Negeri”

Gambar Iklan 3



Kalimat, “KAMI SELALU UTAMAKAN KAMU”

Kalimat tersebut secara eksplisit, semua pembaca memahami, bahwa kami (suatu perusahaan) apabila menggunakan jasa *Blibli*, selalu mengutamakan kamu (konsumen). Dengan iklan tersebut, masyarakat yang memahami akan selalu menggunakan jasa *Blibli* karena terpercaya mengutamakan layanan memuaskan.

Secara implisit anggaplah misalnya pengiriman barang menggunakan jasa *Blibli* , mulai dalam proses pengiriman dapat diketahui status pengiriman melalui akun *Blibli* pengguna. Status pesanan akan berubah menjadi “**Pesanan Dalam Pengiriman**” jika pesanan sudah dalam proses pengiriman. Saat ini *Blibli* dan

partner logistik tetap berusaha memeroses pengiriman pesanan sebaik mungkin untuk mendukung pengalaman belanja “**Di Rumah Aja**” yang aman dan nyaman. Dengan begitu, iklan tersebut memberitahukan/ pemberitahuan bahwa, *Blibli* selalu menjaga sanitasi fasilitas operasional, memastikan kesehatan karyawan, melakukan pengiriman tanpa kontak, dan menjamin ketersediaan produk.

Gambar Iklan 4



Kalimat, pegipegi

Jauh di mata, menang di hati

Idul Fitri kali ini harus menemui

Nanti bisa Pegipegi lagi

#SemuaMenang

Kalimat tersebut secara eksplisit sebuah ungkapan yang bermakna dan semua pembaca akan memahami bahwa *pegipegi* adalah perusahaan yang membantu masyarakat memesan tiket secara murah dan mudah karena tidak mesti menggunakan jasa angkutan. Tiket dipesan secara daring melalui situs web atau ponsel pintar (HP). Diketahui perusahaan *pegipegi* di samping media memesan tiket, baik udara, laut dan kereta api, juga

melayani pesanan kamar hotel yang terjangkau dan baik, promo-promo selalu tersedia.

Secara implisit, kalimat iklan bermakna bahwa, Idul Fitri tidak harus menemui karena dampak corona, sekalipun demikian hati kita (semua yang merayakan Idul Fitri) menang. Artinya hati kita dekat, dan tetap mengharap kondisi alam cepat berlalu sehingga kembali memesan tiket melalui *pegipegi*. Dengan begitu, makna iklan tersebut secara eksplisit memberitahukan kepada masyarakat bahwa salah satu perusahaan yang bergerak melayani tiket udara, laut, dan kereta api, juga booking hotel adalah *pegipegi*. Dengan adanya iklan memberi pengetahuan tambahan kepada masyarakat bahwa memesan tiket tidak mesti ke tempat penjualan, tapi melalui daring, aman dan terpercaya.

Gambar Iklan 5



Kalimat, **SILVER**

MAKIN MANTAP

MAKIN HALUS

Secara eksplisit, makna iklan tersebut semua pembaca memahami bahwa kualitas rokok Silver terasa mantap dan halus bagi perokok, menampilkan 54 produk untuk "**clasmild silver**" dapat dipesan *online* terlengkap dengan mudah, cepat dan aman di Tokopedia. Dapat ditemukan penjual Clasmild Silver seluruh Indonesia yang terdekat dari lokasi dan wilayah seluruh Indonesia. Selain itu, dapat juga dicek harga terbaru dan diurutkan dari harga yang termurah. Pengiriman bebas ongkir hingga fitur cicilan 0% dari berbagai bank.

Secara implisit, semua orang, atau masyarakat apabila membaca jenis rokok pastikan ada gambar orang tua, tenggorokannya berlubang, muka pucat tanpa gairah. Hal ini bermakna larangan merokok karena berdampak negatif seperti asma, infeksi paru-paru, kanker mulut, kanker tenggorokan, kanker paru-paru, serangan jantung, stroke, demensia, dan disfungsi ereksi (impoten). Bahkan bahaya merokok bagi kesehatan ini tidak hanya berlaku bagi perokok saja. Pasalnya, orang-orang yang ada di sekitar perokok pun berisiko tinggi terkena efek rokok tersebut, meskipun mereka sendiri tidak merokok. Juga, ada banyak bahaya merokok lainnya yang tidak disadari seorang perokok. Misalnya penurunan daya tahan tubuh sehingga mereka lebih rentan terhadap penyakit infeksi. Hal tersebut cenderung terjadi secara singkat dan mungkin menyebabkan dampak kesehatan pada kehidupan sehari-hari seorang perokok.

Dengan demikian, iklan tersebut bermakna larangan atau memberitahukan kepada perokok supaya berhenti merokok karena berdampak negatif pada kesehatan perokok dan juga bukan perokok apabila mengisap asap rokok.

Gambar Iklan 6



Kalimat, Banking From Home
BISA TRANSFER
SANA SINI
DIBIKINSIMPEL di *BCA*

Kalimat iklan secara eksplisit dipahami bahwa *BCA*, adalah salah satu bank yang diakui Negara dan dikenal masyarakat, memiliki ATM di mana-mana, sampai ke plosok, sehingga nasabah apabila hendak mengambil uang tunai tidak mesti ke bank, cukup dengan melalui ATM terdekat. Tidak ribet, simple dan mudah.

Secara implisit dipahami bahwa Di saat pelanggan harus *Dirumah Aja* seperti sekarang ini namun butuh untuk melakukan transaksi perbankan, *BCA mobile* bisa jadi solusi yang tepat karena semua bisa dilakukan lewat handphone saja. Untuk menikmati *Banking From Home* dan menggunakan semua fitur *BCA mobile*, harus mendaftar dan mengajukan aktivasi transaksi finansial terlebih dahulu.

Masyarakat lebih akrab dengan istilah token yang biasanya lazim disebut dalam dunia perbankan. Namun *BCA* menamai tokennya dengan Key *BCA*. Token ini adalah sebuah mesin kecil yang dapat digunakan untuk membantu transaksi finansial. Kegunaan Key *BCA* pun sama seperti token yang dikeluarkan oleh bank lain, yakni untuk melakukan transaksi

finansial atau perbankan melalui jaringan internet banking yang dapat diakses di klikbca.com.

Di sisi lain, bisa dinikmati berbagai macam transaksi finansial selama 7 hari dan 24 jam dari mana saja dan tidak perlu keterampilan khusus untuk menggunakannya, siapa pun bisa memelajari menggunakan *KlikBCA* dan *Key BCA*. Transaksi tersebut antara lain mengecek saldo, membeli pulsa elektronik, membayar tagihan kartu kredit atau tagihan bulanan lainnya, membayar tagihan belanja online pada *e-Commerce* tertentu, transfer uang, mengakses informasi yang berhubungan dengan rekening tabugannasabah, dan masih banyak lagi.

Dengan begitu, iklan tersebut memberitahukan kepada masyarakat terhdusus pengguna, bahwa menabung di *BCA* ada kemudahan dalam tansaksi. Pun, ATM dapat dijangkau dan paling istimewa dapat transaksi finansial kapan dan di mana saja dengan *KlikBCA* dan *Key BCA*.

Gambar Iklan 7



Kalimat, MULAI HARI INI SEMUA HARUS GUNAKAN MASKER

Secara eksplisit kalimat tersebut bermakna, mulai hari pertama dianjurkan menggunakan masker untuk semua lapisan masyarakat, untuk semua kalangan dan tingkatan umur. Menggunakan masker di tempat banyak orang, seperti di pasar, terminal, atau ada kerumunan untuk mencegah terjangkitnya wabah virus corona.

Secara implisit terlihat gambar tersebut adalah sosok yang dipanuti, dikagumi, dihormati bagi masyarakat Sulawesi Selatan, karena Beliau adalah Gubernur Provinsi SulSel, Prof. Dr. Ir. H. M. Nurdin Abdullah, M.Ap. Sosok Nurdin Abdullah, Gubernur Sulawesi Selatan, merupakan Gubernur pertama di Indonesia dengan gelar Profesor di bidang pertanian. Keahlian bidang pertanian inilah yang menjadikan Nurdin sukses mengoptimalkan potensi kabupaten Bantaeng ketika menjabat sebagai bupati dari tahun 2008 hingga 2018.

Dipahami, apabila seorang pejabat yang masih berkuasa di suatu daerah, dipastikan ucapannya diindahkan bagi masyarakatnya. Jadi iklan tersebut sudah sesuai dengan kondisi sekarang ini. Melalui iklan layanan masyarakat, Pak Nurdin mengajak warganya untuk menggunakan masker apabila keluar rumah atau bertemu dengan kolega. Dengan harapan penularan virus corona terhindari.

Mengacu dari uraian tersebut, dapat dipahami bahwa implikatur percakapan adalah sesuatu yang disembunyikan dalam sebuah percakapan, yakni sesuatu yang secara implisit terdapat dalam penggunaan bahasa secara actual. Digunakan untuk mempertimbangkan apa yang dapat disarankan atau yang dimaksudkan oleh penutur sebagai hal yang berbeda dari apa yang tampak secara harfiah.

SIMPULAN

Berdasar dari hasil dan pembahasan, maka simpulan dalam

tulisan ini sebagai berikut:

1. Gambar iklan pertama mengajak/ menyampaikan, mengajak, mengimbau, memberitahukan kepada masyarakat untuk pulang saja ke rumah masing-masing seandainya memang tidak ada keperluan di luar, karena kasus corona di Makassar sangat mengkhawatirkan.
2. Gambar iklan ke-dua mengajak, menyampaikan bahwa demi keselamatan gunakanlah semen tonasa dalam membangun, pastikan bangunannya akan kokoh, kuat dan terpercaya. Pun dengan semen tonasa adalah produksi dalam negeri, yang dibanggakan
3. Gambar iklan ke-tiga a memberitahukan atau memberitahukan bahwa menggunakan jasa *Blibli* barang kiriman akan tetap aman sampai ke tujuan. Pun dapat dipantau proses pengiriman di web melalui ponsel pintar
4. Gambar iklan ke-empat menyampaikan kepada masyarakat bahwa memesan tiket (pesawat, laut, dan kereta api) bisa dengan daring di ponsel, layanan pasti memuaskan dengan pegipegi.
5. Gambar iklan ke-lima menganjurkan, mengimbau, merang kepada masyarakat untuk tidak merokok, karena rokok dapat mendartangkan masalah bagi penikmat, pun bagi yang bukan perokok dapat bermasalah.
6. Gambar iklan ke-enam memberitahukan kepada masyarakat bahwa *BCA* adalah salah satu bank yang terpercaya, memudahkan bagi masyarakat untuk transaksi karena terdapat di mana-mana.
7. Gambar iklan ke-tujuh bahwa, apabila seorang pemimpin menyampaikan, menghimbau kepada masyarakatnya, untuk selalu menggunakan masker selama pandemic , dipastikan masyarakat dengan ikhlas mematuhi.

DAFTAR PUSTAKA

Adityarini. 2013 “Belajar Ilmu Bahasa” dalamlogspot.com, Selasa 30 Juni 2020

Dardjowidjojo. Penyunting *Pellba 1* (Pertemuan Linguistik

Lembaga Bahasa Atma Jaya I. Jakarta: Lembaga Bahasa Atma Jaya.

Gunarwan, Asim. 1994. “Pragmatik: Pandangan Mata Burung”. Dalam Soenjono *Rekan Sejati: Festschrift Buat Pak*

Anton. Jakarta: Lembaga
Bahasa Atma Jaya.

Goleman, Daniel., Richard Boyatzis,
Annie McKee. 2007. *Primal
Leadership*. New York: Bantam.

Halliday, M.A.K. dan R. Hasan. 1979.
Cohesion in English. London: Longman.

Hutomo, Suripan Sadi. 1991. *Filologi
Sastra Lisan*. Surabaya: Lautan
Riski.

Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip
Pragmatik*. Terjemahan M.D.D. Oka
dari
judul asli *The Principles of
Pragmatics*. Jakarta: Universitas
Indonesia.

Mulyana. 2005. *Kajian Wacana*.
Yogyakarta: Tiara Wacana.

Nawawi, Hadari. 2003. *Kepemimpinan
Mengefektifkan Organisasi*.
Yogyakarta: Gajah Mada
University Press.

Notonagoro. 2003. *Pancasila Secara
Ilmiah Populer*, Jakarta: Bumi
Aksara.

Poedjawiyatna, 2003. *Etika Filsafat
Tingkah Laku*.
Jakarta: Rineka Cipta.

Purwo, Kaswanti, B. 1990. *Pragmatik
dan Pengajaran Bahasa:
Menyibak Kurikulum 1984*.
Yogyakarta: Kanisius.

Santosa, Galih. 2010. *Berbahasa Santun
Menurut Perpektif Al-Quran*.

dalam www.wordpress.com.
Tanggal 28 Oktober 2010,

Wandykumis.2010. “Makna dan Pesan
Iklan Media Cetak”. Kajian
Hipersemiotika. Dalam
[https://wandykumis.wordpress.c
om](https://wandykumis.wordpress.com) , Selasa 30 Juni 2020.