

## VARIASI KALIMAT TUNGGAL DAN MAJEMUK DALAM WACANA IKLAN MOBIL DI KEDAULATAN RAKYAT

*(Simple and Compound Sentence Variation in Car Advertising Discourse in  
Kedaulatan Rakyat)*

Aji Prasetyo  
Balai Bahasa Daerah Istimewa Yogyakarta  
Jalan I Dewa Nyoman Oka 34, Yogyakarta, Indonesia  
Pos-el: [ajiprasetyo2009@gmail.com](mailto:ajiprasetyo2009@gmail.com)  
(Diterima: ....; Direvisi ....; Disetujui: .....)

### Abstract

*Sentence variation analysis in this study was an analysis based on variation patterns of single sentence in car advertising discourse based on word category on verb, including simple sentence with its predicated verb, simple sentence with its predicated adjective, simple sentence with its predicated noun, simple sentence with its predicated prepositional phrase, and simple sentence with its predicated numeral phrase. Variation patterns analysis of compound sentence in car advertising discourse is based on function structure, i.e. subject (S), predicate (P), object (O), complement (Pel.), and adverb (K). This study aimed to describe simple sentence pattern variations in car advertising discourse based on word category in predicate and to describe compound sentence pattern variations in car advertising discourse based on its function structure. This research was a qualitative descriptive, namely research that describes, depicts or illustrates systematically. The object of this study was a single sentence and a compound in car advertisements in the Kedaulatan Rakyat, 2015. This research data was the variation of a single sentence and a compound in car advertising in the newspaper. Data collected used the method of direct observation, technical notes, and documentation. Data analysis techniques used methods agih. This research used techniques to change intentions, these techniques are always changing the form of one or several elements lingual related. Analysis of variation of the sentence in this research was the analysis of clause based on a function of its elements.*

**Keywords:** *compound sentences, simple sentence, advertising discourse.*

### Abstrak

*Analisis variasi kalimat dalam penelitian ini merupakan analisis berdasarkan variasi pola kalimat tunggal dalam wacana iklan mobil berdasarkan kategori kata pada predikat, antara lain kalimat tunggal berpredikat verba, kalimat tunggal berpredikat adjektiva, kalimat tunggal berpredikat nomina, kalimat tunggal berpredikat frasa preposisi, dan kalimat tunggal berpredikat frasa numeralia. Analisis variasi pola kalimat majemuk dalam wacana iklan mobil berdasarkan struktur fungsinya, yaitu subjek (S), predikat (P), objek (O), pelengkap (Pel.), dan keterangan (K). Tujuan penelitian ini mendeskripsikan variasi pola kalimat tunggal dalam wacana iklan mobil berdasarkan kategori kata pada predikat dan mendeskripsikan variasi pola kalimat majemuk dalam wacana iklan mobil berdasarkan struktur fungsinya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah kalimat tunggal dan majemuk dalam iklan mobil pada surat kabar Kedaulatan Rakyat edisi 2015. Data penelitian ini adalah variasi kalimat tunggal dan majemuk dalam iklan mobil di surat kabar. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi langsung, catatan teknis, dan dokumentasi. Teknik analisis datanya menggunakan metode agih. Teknik lanjutan penelitian ini menggunakan teknik ubah wujud, teknik ini selalu mengalami perubahan wujud salah satu atau beberapa unsur lingual yang berkaitan. Analisis variasi kalimat dalam penelitian ini adalah analisis klausa berdasarkan fungsi unsur-unsurnya.*

**Kata-kata kunci:** *kalimat majemuk, kalimat tunggal, wacana iklan.*

### PENDAHULUAN

Analisis kalimat berdasarkan fungsi sintaksis adalah kegiatan mengidentifikasi

unsur-unsur suatu kalimat berdasarkan fungsi sintaksis yang diembannya. Sudaryanto (1991) menyatakan bahwa

**Comment [A1]:** Pendahuluan tidak mencakup latar belakang dan alasan penelitian ini dilakukan

“Fungsi sintaksis mempunyai tiga sifat pokok, yaitu (a) formal, (b) kosong, dan (c) structural” (hlm. 65—68). Fungsi sintaksis bersifat formal karena fungsi itu hanya ada secara formal, dalam pemakaian semata-mata dan dalam kaitannya dengan pengisinya. Fungsi sintaksis bersifat kosong karena berstatus sebagai *tempat* yang harus diisi oleh pengisinya. Selanjutnya, fungsi sintaksis bersifat struktural karena identitas fungsi sintaksis yang satu dapat ditentukan hanya dalam hubungannya dengan fungsi sintaksis yang lain yang sama-sama membentuk kerangka formal kalimat. Fungsi merupakan sesuatu yang abstrak, yang dapat dibedakan dengan kategori dan peran. Fungsi merupakan suatu tempat kosong yang diisi oleh bentuk tertentu yang disebut peran. Analisis kalimat atas fungsi sintaksisnya berarti menganalisis apakah suatu unsur dalam suatu kalimat berfungsi sebagai subjek, predikat, objek, pelengkap, atukah sebagai keterangan. Fungsi subjek misalnya, merupakan tempat kosong yang dalam bahasa Indonesia secara kategorial dapat diisi oleh nomina, verba, atau kategori lainnya. Analisis variasi kalimat tunggal dan majemuk berarti mendeskripsikan macam-macam kalimat sebagai kalimat tunggal dan majemuk. Variasi kalimat tunggal antara lain kalimat tunggal berpredikat verba, kalimat tunggal berpredikat ajektiva, kalimat tunggal berpredikat nomina, kalimat tunggal yang berpredikat frasa preposisional, dan kalimat tunggal yang berpredikat frasa nomina. Variasi kalimat majemuk antara lain kalimat majemuk bertingkat, kalimat majemuk setara, hubungan antar klausa dalam kalimat majemuk setara, hubungan antar klausa dalam kalimat majemuk bertingkat.

Analisis wacana merupakan kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk tulis maupun lisan. Penggunaan bahasa secara alamiah

tersebut berarti penggunaan bahasa seperti dalam komunikasi sehari-hari. Analisis wacana mengkaji hubungan bahasa dengan konteks penggunaannya. Dalam memahami sebuah wacana, perlu diperhatikan semua unsur yang terlibat dalam penggunaan bahasa tersebut. Unsur yang terlibat dalam penggunaan bahasa itu disebut konteks. Konteks mencakup segala hal yang ada di lingkungan penggunaan bahasa.

Frasa merupakan satuan sintaksis terkecil yang merupakan pepadu kalimat. Ada beberapa pendapat yang menyatakan pengertian frasa secara berbeda-beda. Sumadi (2009) menyatakan bahwa “Frasa adalah satuan gramatik yang terdiri atas satu kata atau lebih yang tidak melampaui batas fungsi” (hlm. 132). Sedangkan menurut Chaer (2009) “Frasa adalah gabungan kata yang mengisi salah satu fungsi sintaksis dalam kalimat” (hlm. 39). Dalam pengertian tersebut, Chaer menyimpulkan bahwa frasa itu pasti terdiri atas lebih dari satu kata. Klausa adalah satuan gramatik yang terdiri atas subjek dan predikat, baik disertai objek, pelengkap, dan keterangan maupun tidak. Kalimat adalah konstruksi sintaksis yang berupa klausa yang dapat berdiri sendiri atau bebas dan mempunyai pola intonasi final. Rangkaian kata membentuk frasa dan rangkaian frasa membentuk kalimat.

Dalam penelitian sintaksis, frasa dan kalimat menjadi objek analisis. Pada penelitian ini sasaran utamanya adalah variasi kalimatnya. Analisis iklan mobil dalam surat kabar *Kedaulatan Rakyat* ini bertujuan untuk memahami lebih jelas tentang variasi kalimat tunggal dan majemuk.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan beberapa masalah, yaitu bagaimana variasi pola kalimat tunggal dalam wacana iklan mobil berdasarkan kategori kata pengisi predikat? serta bagaimana variasi pola

kalimat majemuk dalam wacana iklan mobil berdasarkan struktur fungsinya?.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini dapat dideskripsikan, yaitu variasi pola kalimat tunggal dalam iklan mobil berdasarkan kategori kata pengisi predikat serta mendeskripsikan variasi pola kalimat majemuk dalam wacana iklan mobil berdasarkan struktur fungsinya.

Hasil dari pembahasan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun praktis. Manfaat teoretis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman baru bagi masyarakat dalam menganalisis wacana suatu iklan, khususnya iklan mobil ditinjau dari aspek kebahasaannya. Sedangkan manfaat praktis, kajian ini diharapkan masyarakat dapat memberikan kontribusi yang positif dalam bidang tulis-menulis kepada masyarakat, terutama dalam hal pengalimatan pada iklan mobil.

## LANDASAN TEORI

Saat ini kita dapat menikmati berbagai informasi. Hal ini tentu karena makin canggihnya industri media informasi dan komunikasi, baik media cetak maupun media elektronik. Namun, kita sering merasa kurang mengerti tentang banyaknya informasi yang ditawarkan terutama di bidang periklanan. Iklan-iklan dibuat demi kepentingan dunia bisnis cenderung bertambah dari waktu ke waktu. Tanpa disadari bahwa sesungguhnya dunia periklanan merupakan salah satu wacana yang sangat menarik untuk dikaji. Salah satu wacana yang dikaji dalam tulisan ini ialah iklan dalam media cetak. Kasali (1992) mengatakan bahwa “iklan merupakan bagian dari bauran promosi (*promotion mix*)” (hlm. 9). Bauran promosi itu sendiri merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Secara sederhana, iklan didefinisikan sebagai pesan yang

menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Selanjutnya, iklan sebagai bagian dari bauran komunikasi pemasaran mempunyai sasaran yang berbeda-beda, sesuai dengan produk yang ditawarkan. Iklan mobil merupakan bagian dari penawaran suatu produk kepada khalayak pengguna kendaraan bermotor, khususnya roda empat.

Suatu iklan umumnya menggunakan media bahasa. Bahasa yang digunakan dapat berupa kata, frasa, kalimat, dan wacana. “Kata dapat dimaknai (1) morfem atau kombinasi morfem yang oleh bahasawan dianggap sebagai satuan terkecil yang dapat diujarkan sebagai bentuk yang bebas; (2) satuan bahasa yang dapat berdiri sendiri, terjadi dari morfem tunggal misal, *pejuang*, *mengikuti*, *pancasila*, *mahakuasa*, dan sebagainya” (Kridalaksana, 2001, hlm. 98).

“Frasa adalah gabungan dua kata atau lebih yang sifatnya tidak predikatif; gabungan itu dapat rapat, dapat renggang; misal *gunung tinggi* adalah frasa karena merupakan konstruksi nonpredikatif; konstruksi ini berbeda dengan *gunung itu tinggi* yang bukan frasa karena bersifat predikatif” (Kridalaksana, 2001, hlm.59).

*Kamus Linguistik* (Kridalaksana, 2001, hlm. 110) “klausa adalah satuan gramatikal berupa kelompok kata yang sekurang-kurangnya terdiri atas subjek dan predikat dan mempunyai potensi menjadi kalimat.”

Menurut Kridalaksana (2001), “kalimat adalah (1) satuan bahasa yang secara relatif berdiri sendiri, mempunyai intonasi final dan secara aktual maupun potensial terdiri atas klausa; (2) klausa bebas yang menjadi bagian kognitif percakapan; satuan proposisi yang merupakan gabungan klausa atau merupakan satu klausa, yang membentuk satuan yang bebas; jawaban minimal, seruan, salam, dsb.; (3) konstruksi

gramatikal yang terdiri atas satu atau lebih klausa yang ditata menurut pola tertentu, dan dapat berdiri sendiri sebagai satu satuan” (hlm. 92).

Kalimat merupakan satuan bahasa yang setidaknya-tidaknya mengandung satu unsur subjek dan satu unsur predikat. Dalam ragam tulis, kalimat diakhiri dengan tanda titik, sedangkan dalam ragam lisan kalimat itu didahului dan diikuti oleh kesenyapan. Hal ini sesuai dengan pendapat Keraf (1991) yang mengatakan bahwa “Kalimat adalah bagian ujaran yang didahului dan diikuti oleh kesenyapan, sedangkan intonasinya menunjukkan bahwa bagian ujaran itu sudah lengkap” (hlm. 85). Kalimat dapat dibagi menjadi dua berdasarkan jumlah pola dan hubungan antarpola dalam sebuah kalimat, yaitu kalimat tunggal dan kalimat majemuk. Kalimat tunggal adalah kalimat yang terdiri atas satu klausa. Hal ini berarti bahwa konstituen untuk tiap unsur kalimat seperti subjek dan predikat hanya satu. Dalam kalimat tunggal terdapat semua unsur inti, tetapi dapat pula dilengkapi dengan unsur tambahan seperti objek, keterangan tempat, waktu, dan alat, sedangkan kalimat majemuk adalah kalimat yang terdiri atas dua klausa atau lebih. Penjelasan Chaer (2009) “Perbedaan kalimat tunggal dan kalimat majemuk berdasarkan banyaknya klausa yang ada di dalam kalimat itu. Kalau klausanya hanya satu, maka kalimat tersebut disebut kalimat tunggal” (hlm. 240). Chaer mendefinisikan kalimat majemuk bahwa jika klausa dalam sebuah kalimat terdapat lebih dari satu, maka kalimat itu disebut kalimat majemuk.

Kalimat majemuk rapatan adalah kalimat majemuk yang terdiri atas beberapa kalimat tunggal yang mempunyai bagian yang sama. Bagian yang sama itu dirapatkan, yakni cukup disebut sekali saja. Ada lima jenis kalimat majemuk ini, yaitu:

1. Kalimat majemuk rapatan sama subjek

Contoh: *Adik sakit keras sehingga harus dibawa ke rumah sakit.*

2. Kalimat majemuk rapatan sama predikat

Contoh: *Amir belajar Ilmu Pasti sedang adiknya Ilmu Pengetahuan Alam.*

3. Kalimat majemuk rapatan sama objek

Contoh: *Ibu memberi pengemis uang dan sedang ayah memberi pakaian.*

4. Kalimat majemuk rapatan sama keterangan

Contoh: *Kemarin ayah pergi ke Surabaya, sedang ibu pergi ke Malang*

Kalimat majemuk berganda, yaitu kalimat majemuk yang didalamnya terdapat bermacam-macam kalimat majemuk, yakni kalimat majemuk setara atau kalimat majemuk rapatan yang digabungkan dengan kalimat lain sehingga menciptakan kalimat majemuk bertingkat atau sebaliknya.

Contoh:

*Kalau tidak mendung saya akan pergi ke pasar sore, sedang yang disayang oleh ibu melihat bioskop*

Chaer membedakan kalimat majemuk menjadi tiga jenis berdasarkan hubungan antar klausa di dalam kalimat, yaitu kalimat majemuk koordinatif (kalimat majemuk setara), kalimat majemuk subordinatif (kalimat majemuk bertingkat), dan kalimat majemuk kompleks. Selanjutnya, dia menjelaskan kalimat majemuk itu sebagai kalimat majemuk yang terdiri dari tiga klausa atau lebih, di mana ada yang dihubungkan secara koordinatif dan ada pula yang dihubungkan secara subordinatif. Jadi kalimat majemuk ini merupakan campuran

dari kalimat majemuk koordinatif dan kalimat majemuk subordinatif.

Keraf juga memberikan definisi kalimat majemuk yang lebih spesifik. Kalimat majemuk dapat juga dilihat dari segi yang lebih dinamis, yaitu dari sejarah terbentuknya kalimat tersebut. Kemungkinan yang pertama adalah kita menggabungkan dua pola kalimat atau lebih yang sudah ada menjadi satu kalimat baru. Kemungkinan yang kedua kita memperluas sebuah kalimat tunggal dengan teknik transformasi sehingga terbentuklah sebuah kalimat baru yang mengandung dua pola atau lebih

Wacana merupakan tataran bahasa yang lebih luas dari kalimat. "Wacana memuat rentetan kalimat yang berhubungan, menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lainnya, serta membentuk satu kesatuan informasi." (Djajasudarma, 1994, hlm. 1). Proposisi yang dimaksud adalah konfigurasi makna yang menjelaskan isi komunikasi (dari pembicaraan); atau proposisi adalah isi konsep yang masih kasar yang melahirkan *statement* (pernyataan kalimat). Dalam KBBI (2008, hlm. 1552), wacana adalah (1) komunikasi verbal; percakapan; (2) keseluruhan tutur yang merupakan suatu kesatuan; (3) satuan bahasa terlengkap yang direalisasikan dalam bentuk karangan atau laporan utuh, seperti novel, buku, artikel, pidato, atau khotbah; (4) kemampuan atau prosedur berpikir secara sistematis; kemampuan atau proses memberikan pertimbangan berdasarkan akal sehat; (5) pertukaran ide secara verbal. Konsep wacana yang lebih lengkap diungkapkan Sumarlam (2009) yang menyatakan bahwa "wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang dinyatakan secara lisan seperti pidato, ceramah, khotbah, dan dialog atau secara tertulis seperti cerpen, novel, buku, surat, dan dokumen tertulis yang dilihat dari struktur lahirnya (dari segi bentuk) bersifat kohesif, saling terkait dan dari

struktur batinnya (dari segi makna) bersifat koheren, terpadu." (hlm. 15).

#### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah kalimat tunggal dan majemuk dalam iklan mobil pada surat kabar *Kedaulatan Rakyat* edisi 2015. Data penelitian ini adalah variasi kalimat tunggal dan majemuk dalam iklan mobil di surat kabar. Sumber datanya adalah wacana iklan mobil dalam surat kabar. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi langsung, catatan teknis, dan dokumentasi.

Langkah kerja yang digunakan dalam tahap-tahap penelitian ini mengikuti pendapat Sudaryanto (1993) yang menyatakan bahwa "Terdapat tiga tahapan strategis dalam penelitian, yaitu tahap pengumpulan data, analisis data, dan penyajian hasil analisis." (hlm. 5--7). Data penelitian ini bersumber dari iklan mobil di surat kabar harian *Kedaulatan Rakyat*. Tahap pengumpulan data merupakan tahap awal dalam sebuah penelitian, begitu pula dengan penelitian ini, pertama kali dilakukan adalah mengumpulkan data. Data beberapa iklan mobil tersebut diunduh melalui internet. Selanjutnya, data-data itu disimak dan dicatat kemudian diklasifikasikan berdasarkan aspek kebahasaan dan aspek sintaksisnya. Setelah data dikumpulkan dan diklasifikasi sesuai dengan tindak tuturnya, tahap selanjutnya adalah analisis data. Pada tahap ini data dianalisis dengan metode padan dan metode agih. Sudaryanto (1993) mengatakan bahwa "metode padan dengan daya pilah digunakan sebagai pembeda larik tulisan" (hlm. 24--25). Dalam kaitannya dengan penulisan satuan lingual tertentu akan terlihat bahwa tulisan Latin yang tampak secara linear ke kanan dan berlarik-larik ke bawah itu dapat dibedakan bagian-bagiannya, seperti berikut:

(a) Ada yang dipisahkan ada yang tidak, yang dipisahkan dapat hanya

dipisahkan dengan ruang kosong atau spasi saja dan ada pula yang dengan tanda titik atau koma;

(ii) yang dipisahkan dengan titik haruslah mulai dengan huruf kapital;

(iii) ada pula spasi yang diganti dengan tanda garis kecil;

(iv) ada kesatuan larik-larik dan setiap kesatuan dibedakan dari yang lain dengan baris baru di bawahnya; dan

(v) adanya kesatuan tulisan yang dalam satu larik (dan ini sudah dengan sendirinya, tentu saja) terletak atau terlekat di depan (di sebelah kiri) atau di belakang (di sebelah kanan) dari kesatuan yang lain.

Semuanya itu dapat diketahui berkat daya pilah yang digunakan, yaitu metode padan. Berdasarkan hal itu, satuan lingual lalu dapat dibedakan, misalnya, menjadi:

(i) Kata;

(ii) Kalimat;

(iii) Kata majemuk tertentu;

(iv) Paragraf; dan

(v) Preposisi atau kata depan.

“Metode agih merupakan metode yang alat penentunya merupakan bagian dari bahasa itu sendiri, seperti kata, fungsi sintaksis, klausa, dan sebagainya.” (Sudaryanto, 1993, hlm.15--16). Pelaksanaan metode agih ini dijabarkan dalam suatu teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar yang dimaksud, yaitu teknik bagi unsur langsung (BUL) yang mengandalkan intuisi peneliti. “Teknik bagi unsur langsung merupakan teknik analisis dengan cara membagi satuan lingual datanya menjadi beberapa bagian atau unsur yang dipandang sebagai bagian yang langsung membentuk satuan lingual yang dimaksud.” (Sudaryanto, 1993, hlm. 31).

Hasil analisis penelitian ini dipaparkan sesuai dengan kaidah-kaidah yang ditemukan dalam tahap sebelumnya. Pemaparan hasil analisis bersifat deskriptif, berdasarkan pada data yang

ada. Hasil analisis penelitian ini berdasarkan teknis informal, yaitu pemaparan dengan menggunakan perumusan kata-kata biasa.

## PEMBAHASAN

Analisis variasi kalimat dalam penelitian ini adalah analisis klausa berdasarkan fungsi unsur-unsurnya. Klausa terdiri atas unsur-unsur fungsi yang disebut subjek (S), predikat (P), objek (O), pelengkap (Pel.), dan keterangan (K). Kelima unsur ini tidak selalu ada dalam satu klausa (Markhamah, 2010, hlm. 88). Berikut hasil analisis variasi kalimat tunggal dan majemuk dalam wacana iklan mobil pada surat kabar berdasarkan unsur fungsi.

1. Variasi pola kalimat tunggal dalam wacana iklan mobil berdasarkan kategori kata pengisi predikat

### a) Kalimat Tunggal Berpredikat Verbal



- (1) New Ertiga, kini didesain oleh konsumen.

Predikat merupakan konstituen pokok yang disertai konstituen subjek di sebelah kiri. Jika ada, konstituen objek, pelengkap, dan/atau keterangan wajib di sebelah kanan. Pada contoh (1) predikat (P) diduduki kata *didesain*. Kata *didesain* termasuk kelompok verba karena secara semantis menyatakan proses yang bukan sifat atau kualitas sehingga tidak dapat diperluas dengan kata-kata yang menyatakan makna superlatif, seperti *agak*, *sangat*, dan *sekali*

Selanjutnya, frasa nomina *New Ertiga* pada kalimat (1) di atas menduduki jabatan subjek (S) karena letaknya di kiri

predikat (P). Selain itu, frasa nomina *New Ertiga* tidak dapat dipertanyakan atau diganti dengan pronominal interogatif *siapa* atau *apa*.

(1a) \*Siapa kini didesain oleh konsumen?

(1b) \*Apa kini didesain oleh konsumen?

Kata “oleh konsumen” pada kalimat (1) menduduki fungsi keterangan karena posisinya dapat dipindah-pindah dan kalimatnya tetap gramatikal.

#### b) Kalimat Tunggal Berpredikat Nominal



(2) *Great New Xenia* sahabat keluarga

Pada contoh (2) predikat (P) diduduki frasa *sahabat keluarga*. Frasa *sahabat keluarga* termasuk kelompok nomina karena secara frasal dapat diperluas dengan preposisi atau kata demonstrasinya, seperti *dari*, *untuk*, *ini*, dan *itu*.

Selanjutnya, frasa *Great New Xenia* pada kalimat (2) di atas menduduki jabatan subjek (S) karena letaknya di kiri predikat (P). Selain itu, frasa nomina *Great New Xenia* tidak dapat dipertanyakan atau diganti dengan pronominal interogatif *siapa* atau *apa*.

(2a) \*Siapa sahabat keluarga?

(2b) \*Apa sahabat keluarga?

#### c) Kalimat Tunggal Berpredikat Adjektival



(3) *Xenia setia*.

Pada contoh (3) predikat (P) diduduki kata *setia*. Kata *setia* termasuk kelompok adjektiva karena secara frasal dapat diperluas dengan kata-kata yang menyatakan makna ‘superlatif’, seperti *agak*, *sangat*, dan *sekali*.

Selanjutnya, kata “*Xenia*” pada kalimat (3) di atas menduduki jabatan subjek (S) karena letaknya di kiri predikat (P). Selain itu, kata “*Xenia*” tidak dapat dipertanyakan atau diganti dengan pronominal interogatif *siapa* atau *apa*.

(3a) \*Siapa setia?

(3b) \*Apa setia?

#### d) Kalimat Tunggal Berpredikat Frasa Preposisional



(4) *Honda untuk semua*.

Pada contoh (4) predikat (P) diduduki frasa *untuk semua*. Frasa *untuk semua* termasuk kelompok frasa preposisi karena ada unsur yang dapat berfungsi sebagai pembentuk frasa preposisional, yaitu *untuk*.

Selanjutnya, kata *Honda* pada kalimat (4) di atas menduduki jabatan subjek (S) karena letaknya dibelakang predikat (P). Selain itu, kata *Honda* tidak dapat dipertanyakan atau diganti dengan pronominal interogatif *siapa* atau *apa*.

(4a) \*Siapa untuk semua?

(4b) \*Apa untuk semua?

#### e) Kalimat Tunggal Berpredikat Frasa Numeral



(5) Honda Mobilio banyak kelebihan, keunggulan.

Pada contoh (5) predikat (P) diduduki frasa *banyak kelebihan, keunggulan*. Frasa *banyak kelebihan, keunggulan* termasuk kelompok frasa numeral, khususnya numeralia pokok taktentu, karena ada unsur yang mengacu pada jumlah yang tidak pasti dan tidak dapat menjadi jawaban atas pertanyaan yang menggunakan kata tanya *berapa*. Pada contoh (5) di atas, numeralia pokok taktentu ditunjukkan dengan penggunaan kata *banyak*.

Selanjutnya, frasa *Honda Mobilio* pada kalimat (5) di atas menduduki jabatan subjek (S) karena letaknya dibelakang predikat (P). Selain itu, frasa *Honda Mobilio* tidak dapat dipertanyakan atau diganti dengan pronominal interogatif *siapa* atau *apa*.

(5a) \*Siapa banyak kelebihan, keunggulan?

(5b) \*Apa banyak kelebihan, keunggulan?

## 2. Variasi Pola Kalimat Majemuk dalam Wacana Iklan Mobil Berdasarkan Struktur Fungsinya

### a) Kalimat Majemuk Setara Berpola



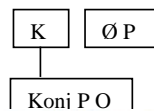
(6) 

Nama saya Fauzi	dan	saya peduli
-----------------	-----	-------------

S P Konj S P

Pada contoh (6) di atas dapat dilihat bahwa kedua klausa utamanya setara. Klausa *Nama saya Fauzi* dan klausa *saya peduli* bukan merupakan bagian dari klausa yang lain karena keduanya mempunyai kedudukan yang sama dan dihubungkan oleh konjungsi *dan*.

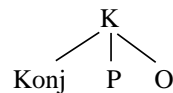
### b) Kalimat Majemuk Bertingkat Berpola



Andai punya Datsun, pasti nyaman

(7) 

Andai punya Datsun.
---------------------



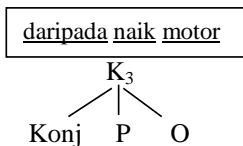
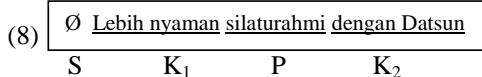
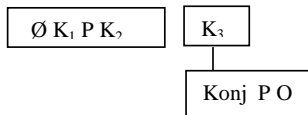
Ø pasti nyaman
----------------

S P

Pada contoh (7) dapat dilihat bahwa salah satu klausa berupa klausa adverbial yang menduduki fungsi keterangan. Konjungsi yang digunakan untuk menghubungkan klausa utama dan klausa adverbial pada contoh (7) di atas ialah konjungsi pengandaian *andai*. Subjek pada kalimat (7) dilesapkan sehingga tidak tampak.

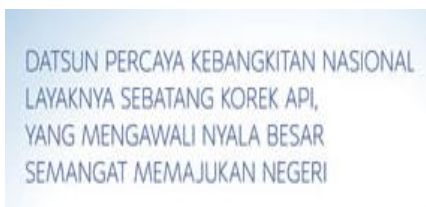
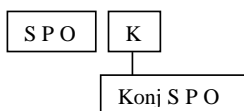


c) Kalimat Majemuk Bertingkat Berpola

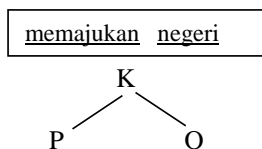
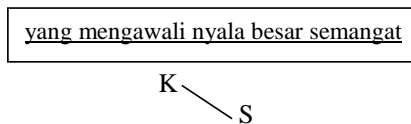
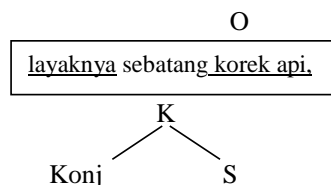
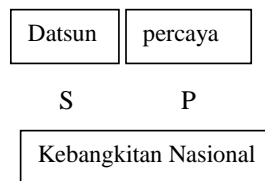


Pada contoh (8) dapat dilihat bahwa salah satu klausa berupa klausa perbandingan yang menduduki fungsi keterangan. Konjungsi yang digunakan untuk menghubungkan klausa utama dan klausa subordinatif pada contoh (8) di atas ialah konjungsi perbandingan *daripada*. Kalimat (8) terjadi pelesapan subjek sehingga tidak tampak subjeknya.

d) Kalimat Majemuk Bertingkat Berpola

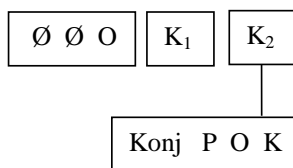


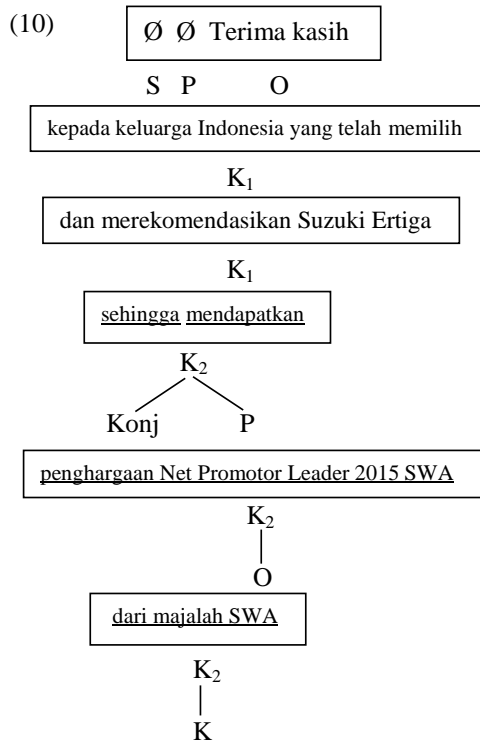
(9)



Pada contoh (9) dapat dilihat bahwa salah satu klausa berupa klausa adverbial yang menduduki fungsi keterangan. Konjungsi yang digunakan untuk menghubungkan klausa utama dan klausa adverbial pada contoh (9) di atas ialah konjungsi perbandingan atau kemiripan *layaknya*.

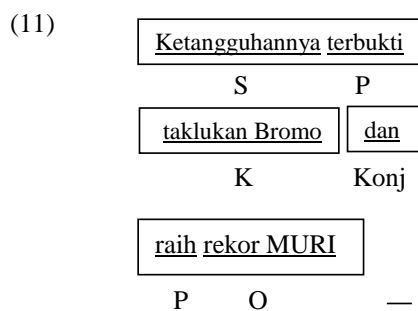
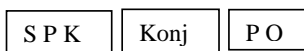
e) Kalimat Majemuk Bertingkat Berpola





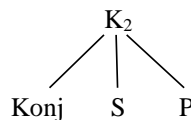
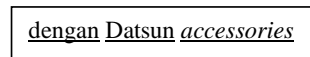
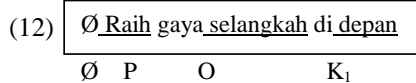
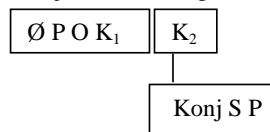
Pada contoh (10) dapat dilihat bahwa salah satu klausa berupa klausa adverbial yang menduduki fungsi keterangan. Konjungsi yang digunakan untuk menghubungkan klausa utama dan klausa adverbial pada contoh (10) di atas ialah konjungsi hasil atau akibat *sehingga*. Kalimat (10) terjadi pelesapan subjek dan predikat sehingga tidak tampak subjek dan predikatnya.

f) Kalimat Majemuk Setara Berpola



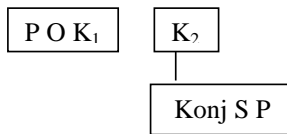
Pada contoh (11) di atas dapat dilihat bahwa kedua klausa utamanya setara. Klausa *Ketangguhannya terbukti taklukan Bromo* dan klausa *raih rekor MURI* bukan merupakan bagian dari klausa yang lain karena kedua-duanya mempunyai kedudukan yang sama dan dihubungkan oleh konjungsi *dan*. Dalam contoh tersebut terjadi pelesapan subjek *Ketangguhannya*.

g) Kalimat Majemuk Bertingkat Berpola

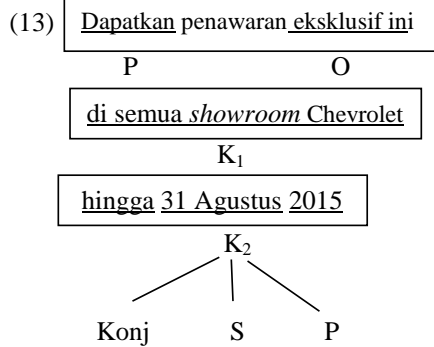


Pada contoh (12) dapat dilihat bahwa salah satu klausa berupa klausa adverbial yang menduduki fungsi keterangan. Konjungsi yang digunakan untuk menghubungkan klausa utama dan klausa adverbial pada contoh (12) di atas ialah konjungsi alat *dengan*.

h) Kalimat Majemuk Bertingkat Berpola

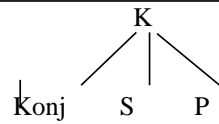
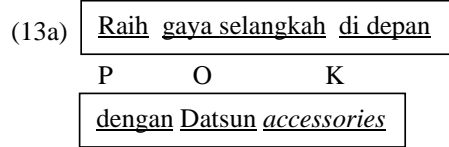


DAPATKAN PENAWARAN EKSKLUSIF INI DI SEMUA SHOWROOM CHEVROLET HINGGA 31 AGUSTUS 2015.



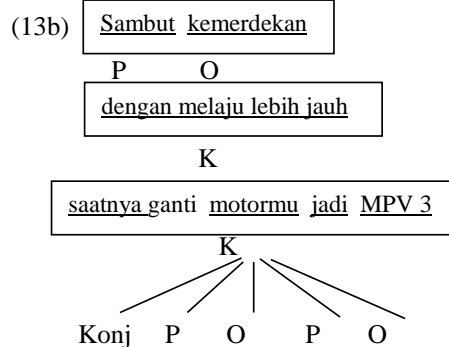
Pada contoh (13) dapat dilihat bahwa salah satu klausa berupa klausa adverbial yang menduduki fungsi keterangan. Konjungsi yang digunakan untuk menghubungkan klausa utama dan klausa adverbial pada contoh (13) di atas ialah konjungsi waktu *hingga*.

Kedua contoh berikut ini merupakan contoh yang hampir sama polanya dengan contoh (13) di atas.



Pada contoh (13a) dapat dilihat bahwa salah satu klausa berupa klausa adverbial yang menduduki fungsi keterangan. Konjungsi yang digunakan untuk menghubungkan klausa utama dan klausa adverbial pada contoh (13a) di atas ialah konjungsi alat *dengan*.

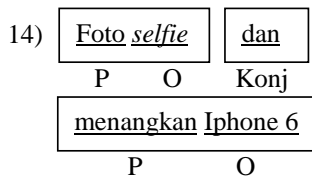
Sambut kemerdekaan dengan melaju lebih jauh, saatnya ganti motormu jadi MPV 3 baris.



Pada contoh (13b) dapat dilihat bahwa salah satu klausa berupa klausa adverbial yang menduduki fungsi keterangan. Konjungsi yang digunakan untuk menghubungkan klausa utama dan klausa adverbial pada contoh (11) di atas ialah konjungsi waktu *saatnya*.

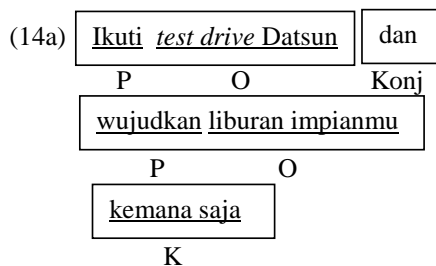
e) Kalimat Majemuk Setara Berpola





Pada contoh (14) di atas dapat dilihat bahwa kedua klausa utamanya setara. Klausa “Foto *selfie*” dan klausa “menangkan Iphone 6” bukan merupakan bagian dari klausa yang lain karena keduanya mempunyai kedudukan yang sama dan dihubungkan oleh konjungsi *dan*.

Contoh berikut ini merupakan contoh yang hampir sama polanya dengan contoh (14) di atas.



Pada contoh (14a) di atas dapat dilihat bahwa kedua klausa utamanya setara. Klausa “Ikuti *test drive* Datsun” dan klausa “wujudkan liburan impianmu

kemana saja” bukan merupakan bagian dari klausa yang lain karena kedua-duanya mempunyai kedudukan yang sama dan dihubungkan oleh konjungsi *dan*.

#### PENUTUP

Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh simpulan bahwa iklan dalam hal ini iklan mobil merupakan wacana yang bersifat persuasif. Dari beberapa contoh iklan yang diteliti menunjukkan bahwa iklan mobil ini mempunyai ciri yang tidak sama setiap mereknya, baik dalam hal tata tulis, bahasa, maupun gramatikalnya.

Kata dan kalimat yang terdapat dalam iklan mobil merek Daihatsu dan Mitsubishi biasanya sangat padat dan singkat. Para pembaca harus mampu menafsirkan isinya dengan baik karena dalam iklan tersebut hanya menggunakan kalimat tunggal yang singkat. Pembaca harus melihat konteks iklan tersebut sebelum menafsirkannya. Dilihat dari isinya, iklan mobil tersebut semuanya mengandung bahasa persuasif yang mengandung ajakan-ajakan dan memengaruhi pembaca untuk membeli produk yang di iklan tersebut. Hal tersebut berbeda dengan iklan mobil Datsun dan Suzuki yang sering menggunakan kalimat majemuk sehingga lebih mudah dipahami.

Semua iklan yang diteliti menunjukkan perbedaan-perbedaan cara penyampaian ajakan kepada masyarakat. Kejelasan serta bahasa yang menarik ini menentukan keberhasilan iklan dalam menarik perhatian pembaca. Masyarakat juga akan menangkap maksud iklan tersebut dengan baik. Semakin bagus unsur persuasifnya, semakin banyak pula masyarakat yang tertarik pada produk ditawarkan.

Pola kalimat tunggal dalam wacana iklan mobil berdasarkan kategori kata pada predikat antara lain kalimat tunggal berpredikat verbal, kalimat tunggal berpredikat nominal, kalimat tunggal berpredikat adjektival, kalimat tunggal

Comment [A2]: Simpulan

berpredikat frasa preposisional, dan kalimat tunggal berpredikat numeral.

Variasi pola kalimat majemuk dalam wacana iklan mobil berdasarkan struktur fungsinya antara lain berpola SP: SP, KØP yang dalam K terdapat pola PO, pola yang lainnya antara lain ØK<sub>1</sub>PK<sub>2</sub>K<sub>3</sub> dalam K<sub>3</sub> terdapat PO. Pada kalimat selanjutnya terdapat variasi pola SPOK dalam K terdapat SPO, ØØOK<sub>1</sub>K<sub>2</sub> dalam K<sub>2</sub> terdapat POK, SPK: PO, ØPOK<sub>1</sub>K<sub>2</sub> dalam K<sub>2</sub> terdapat SP, POK<sub>1</sub>K<sub>2</sub> dalam K<sub>2</sub> terdapat SP, dan PO: PO.

Berdasarkan penelitian ini ada dua saran yang dapat diusulkan. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut. *Pertama*, para pembuat iklan disarankan agar dalam membuat iklan menggunakan kata-kata bahasa Indonesia yang mudah dimengerti. *Kedua*, dengan menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti diharapkan potensial memengaruhi khalayak untuk membeli produk yang diiklankan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. (2009). *Linguistik Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Djajasudarma, T. Fatimah. (1994). *Wacana*. Bandung: PT Ernesco.
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia)*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Keraf, Gorys. (1991). *Tata Bahasa Rujukan Bahasa Indonesia untuk Tingkat Pendidikan Menengah*. Jakarta: Gramedia Widiasrana Indonesia.
- Kridalaksana, Harimurti. (2001). *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Markhamah. (2010). *Sintaksis 2*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Sudaryanto, peny. (1991). *Tata Bahasa Baku Bahasa Jawa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sumadi. (2009). *Sintaksis Bahasa Indonesia*. Malang: Penerbit A3 (Asih Asah Asuh).
- Sumarlam. (2005). *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka Cakra.
- Tim Penyusun KBBI. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.