

ANALISIS POLA, FUNGSI, KALIMAT MINOR DALAM IKLAN PRODUK MINUMAN DI INSTAGRAM

Dwi Fanan Akromah, Thoriq Hasan, Sumarlam

Universitas Sebelas Maret, Fakultas Ilmu Budaya,
Jl. Ir. Sutami No. 36A Kentingan, Surakarta, 57126

Email: fanandwi5@student.uns.ac.id, thoriqhasan@student.uns.ac.id dan
sumarlamwd@gmail.com

Received 04-07-2023

Revised 13-10-2023

Published 30-11-2023

Abstract: *This research is based on the phenomenon of the emergence of minor sentences that occur in the barrel of advertisements on the social media platform Instagram. How is the form and function of words contained in minor sentences. The use of minor sentences is found in beverage products that are uploded on Instagram. To reveal the problem using a syntactic approach, while still looking at the phenomenon that occurs in the minor sentences of beverage product ads on Instagram. This research uses qualitative methods. The research data is a minor sentence contained in a drink ad on Instagram. There are three beverage products collected including *sprit_id*, *dancow*, *miloindonesia*, and *energen_id*. Data were collected in this study using the *padan* method and the *agih* method. Then the collected data will be paraphrased with the *ujud change* technique. From the data collected, there are seven minor sentence data in beverage product ads on Instagram. All collected data uses minor sentences in promoting product advertisements.*

Keywords: *minor sentences, ads, instagram.*

Abstrak: Penelitian ini dilandasi oleh fenomena munculnya kalimat minor yang terjadi dalam laras iklan di platform sosial media Instagram. Bagaimana bentuk dan fungsi kata yang terdapat dalam kalimat minor. Penggunaan kalimat minor terdapat dalam produk minuman yang diuplod di Instagram. Untuk mengungkap permasalahan tersebut dengan menggunakan pendekatan sintaksis, dengan tetap melihat fenomena yang terjadi dalam kalimat minor iklan produk minuman di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data penelitian adalah kalimat minor yang terdapat dalam iklan minuman di Instagram. Terdapat tiga produk minuman yang terkumpul diantaranya *sprit_id*, *dancow*, *miloindonesia*, dan *energen_id*. Data dikumpulkan Dalam penelitian ini menggunakan metode *padan* dan metode *agih*. Kemudian data yang terkumpul akan diparafrasakan dengan teknik *ubah ujud*. Dari data yang dikumpulkan terdapat tujuh data kalimat minor dalam iklan produk minuman di Instagram. Semua data yang terkumpul menggunakan kalimat minor dalam mempromosikan iklan produknya.

Kata kunci: *kalimat minor, iklan, instagram.*

Pendahuluan

Media sosial telah menjadi platform yang sangat penting dalam pemasaran produk dan promosi merek. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini, telah menjadi tempat yang sangat penting bagi merek untuk memasarkan produk mereka dan menjangkau konsumen potensial. Instagram memungkinkan mereka untuk menampilkan produk mereka secara visual dan memberikan deskripsi produk yang menarik perhatian.

Akhir-akhir ini, Instagram digunakan oleh banyak kelompok masyarakat untuk menjual beraneka produk seperti pakaian, makanan, minuman, bahkan ada yang menawarkan jasa dalam platform media sosial Instagram ini. Beberapa unggahan produk yang dijual tidak terlepas dari Bahasa. Karena dalam mendeskripsikan produk penjualan tidak akan lepas dari peran penting sebuah Bahasa. Kreatifitas tidak ditonjolkan hanya pada barang yang akan dijual, tetapi juga pada bagaimana menyampaikan Bahasa yang menarik perhatian konsumen (Mulyani, 2021: 331).

Dalam industri minuman, promosi di media sosial sangat penting karena industri ini sangat kompetitif dan banyak merek minuman yang bersaing untuk memenangkan perhatian konsumen. Untuk mencapai tujuan ini, merek minuman harus memahami cara terbaik untuk memasarkan produk mereka di Instagram dengan menggunakan kalimat-kalimat yang efektif dan menarik perhatian.

Ada banyak ragam Pemakaian bahasa yang digunakan penjual untuk memasarkan produknya, pemakaian bahasa ini sesuai dengan konteks yang dibicarakan. Menurut Wresniati dalam Mulyani (2021: 331) menyatakan bahwa ragam bahasa yang digunakan oleh sekelompok pengguna bahasa tertentu menurut kesesuaian diantara bahasa dan pemakaiannya. Wresniati menjelaskan setiap laras dapat disampaikan secara lisan maupun tertulis, dan dalam bentuk formal, semiformal, atau nonformal. oleh karena itu, dalam menulis produk untuk menjual ke konsumen, penjual harus menguasai menguasai berbagai laras yang berbeda agar produk yang dijual tepat untuk sasaran konsumen.

Salah satu jenis dari ragam bahasa adalah jenis laras iklan. Laras jenis ini digunakan dalam ruang lingkup jual beli. Gaya bahasa yang digunakan bersifat membujuk, mempengaruhi, dan mempromosikan produk yang akan dijual. Sesuatu yang perlu ditandai dalam laras iklan adalah bahwa penjual tidak perlu selalu menggunakan kalimat lengkap. Artinya, Sebuah iklan tidak dituntut untuk selalu menggunakan kalimat yang mengandung SPOK (subjek, predikat, objek, dan keterangan), yang terpenting adalah keutuhan wacananya sesuai dengan konteks.

Dalam penelitian ini, kami akan menganalisis kalimat-kalimat minor yang digunakan beserta fungsi dan isi pesannya dalam deskripsi produk minuman di Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis kalimat minor, fungsi, dan isi pesan apa yang sering digunakan dalam deskripsi produk minuman di Instagram dan bagaimana kalimat-kalimat tersebut memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

Penelitian terdahulu belum menemukan penelitian yang serupa tentang analisis pola kalimat dalam instagram. Baik dari objek maupun pendekatannya. Peneliti menemukan beberapa hasil penelitian yang memiliki pendekatan sama tetapi kajiannya berbeda. Diantaranya penelitian Sri Mulyani dkk (2021), Adesti Putri Pramesti dkk (2020), dan Maulana Hasan Sadzili dkk (2021). Penelitian tersebut menggunakan pendekatan gaya bahasa iklan, berbeda dengan penelitian yang akan dikaji dengan menggunakan pola kalimat.

Penelitian lain yang bahasa iklan dengan kajian sintaksis seperti penelitian dari Musaffak (2015) dan Dheni Iga Pratiwi (2021). Penelitian tersebut menganalisa dengan pendekatan sintaksis struktur, fungsi, dan jenis kalimat persuasi. Berbeda dengan penelitian yang akan dikaji dengan fokus kajian pola kalimat.

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi merek minuman dalam memahami cara terbaik untuk memasarkan produk mereka di Instagram. Penelitian ini juga dapat membantu merek minuman untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk mereka dengan menggunakan kalimat-kalimat yang efektif dan menarik perhatian dalam deskripsi produk mereka di Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kalimat mayor dan minor, dengan tujuan mengetahui jenis, bentuk, dan berapa banyak jenis kalimat yang dipilih penjual dalam mempromosikan produk minuman. Yendra (2018:177) menyatakan bahwa kalimat merupakan bagian terkecil dalam wujud lisan (*spoken*) maupun tulisan (*written*) yang mengungkapkan pikiran secara utuh, atau satuan sintaksis dari konstituen dasar berupa klausa yang membentuk kesatuan ujaran yang bermakna. Sedangkan menurut Chaer (2015:44) kalimat merupakan satuan sintaktis yang memiliki susunan berupa klausa, disertai konjungsi bila diperlukan serta terdapat intonasi final, dari beberapa pendapat mengenai pengertian kalimat tersebut, dapat disimpulkan kalimat merupakan satuan bahasa terkecil yang dapat berdiri sendiri dalam wujud lisan dan tulisan disusun dari konstituen dasar seperti klausa pembentuk ujaran bermakna.

Chaer (2012: 247) menjelaskan tentang Perbedaan kalimat mayor dan minor dilihat dari lengkap dan tidaknya klausa sebagai konstituen dasar kalimat tersebut. Jika sebuah klausa minimal memiliki subjek dan predikat, maka kalimat disebut kalimat mayor seperti *Nenek berlari pagi, Kakeknya petani kaya disana, Bu Dosen itu cantik sekali*. Jika sebuah klausa tidak lengkap, hanya terdiri dari subjek saja, predikat saja, objek saja, atau keterangan saja, maka kalimat tersebut dinamakan kalimat minor.

Chaer melanjutkan, walaupun kalimat minor unsur-unsurnya tidak lengkap, namun dapat dipahami karena konteksnya diketahui oleh pendengar maupun pembicara. Konteks dalam kalimat minor dapat berupa konteks kalimat, konteks situasi, atau juga konteks topik pembicaraan. Dari banyaknya konteks yang terdapat dalam kalimat minor, bisa disimpulkan bahwa kalimat minor bisa termasuk dalam kalimat jawaban singkat, kalimat seruan, kalimat perintah, kalimat salam, dsb, seperti ketika seseorang mengucapkan *Halo!, cepat berangkat!, Sialan!, Silakan duduk!*.

Parera (2013:50) dalam bukunya *Dasar-Dasar Analisis Sintaksis* menjelaskan kalimat minor adalah salah satu bentuk kalimat yang hanya mengisi satu gatra dan berintonasi final. Walaupun bentuk kalimat minor hanya mengisi satu gatra, tapi bentuk tersebut sudah final. Kemudian Parera membagi kalimat minor menjadi dua bagi betuk, dsiebut kalimat minor takberstruktur, dan kalimat minor berstruktur.

Kalimat minor takberstruktur muncul sebagai wacana yang ditentukan oleh situasi dan kalimat ini diakhir oleh satu intonasi final. Parera membedakan kalimat minor takberstruktur menjadi kalimat minor panggilan seperti;

Ani!

Pak Direktur!

kemudian kalimat minor seru;

Aduh!

Ayo!

kalimat minor judul;

Listrik Masuk Desa

Nilai Rapor Siswa

kalimat minor semboyan;

Merdeka atau Mati

Bhineka Tunggal Ika

dan kalimat minor salam;

Selamat Pagi!

Selamat Siang!

Setelah menjelaskan kalimat minor takberstruktur Parera melanjutkan menjelaskan tentang kalimat minor berstruktur.

Kalimat minor berstruktur muncul sebagai pelengkap kalimat utuh atau klausa sebelumnya dalam wacana. Kalimat minor berstruktur bisa disebut kalimat daerivatif atau kalimat turunan. Parera membedakan kalimat minor berstruktur berdasarkan penurunanya menjadi kalimat minor elips, kalimat minor urutan, kalimat minor marginal.

Kalimat minor elips mengisi satu tagmen secara utuh yang diturunkan dari sebuah klausa tunggal misal;

(ia menyelesaikan pekerjaannya dikantor). Lalu pulang.

dalam kalimat minor elips juga dimaksudkan kalimat minor penggalan. Kalimat minor penggalan secara situasional menjawab satu bagian dari kalimat dengan klausa tunggal misalnya;

(anda sudah makan?) Sudah!

(anda mau es teh?) Mau!

Kalimat minor elips juga dapat berupa sebuah pemberitahuan dan bagian dari klausa tunggal seperti;

Hujan! (Hujan turun)

Kebakaran! (Ada kebakaran).

Kalimat minor urutan mengandung struktur klausa namun ia berciri lanjutan dari klausa di depan. Kalimat minor urutan merupakan penurunan dari klausa setara seperti ucapan;

Jadi, saya pun tahu

Akan tetapi saya tidak setuju

Kalimat minor urutan dapat dicirikan dengan partikel *apabila, jadi, pula, juga*.

Kalimat minor marginal adalah kalimat dengan struktur klausa subordinatif. Kalimat ini diturunkan dari kalimat dengan klausa subordinatif contohnya;

(Mereka belum tentu datang)

Karena hari hujan

(Anda boleh pulang ke rumah)

Setelah mereka datang

Chaer (2015:20) menjelaskan yang dimaksud fungsi sintaksis adalah semacam kotak-kotak atau tempat-tempat dalam struktur sintaksis yang didalamnya akan diisikan kategori-kategori tertentu. Kotak-kotak tersebut bernama *subjek (S)*, *predikat (P)*, *objek (O)*, *komplemen (Komp)*, dan *keterangan (Ket)*. Ilustrasi kotak-kotak dapat dilihat dalam bagan berikut:

S	P	(O/komp)	(ket)
---	---	----------	-------

Dari bagan yang telah disebutkan bahwa fungsi S dan P harus selalu ada dalam setiap klausa karena keduanya saling berkaitan. S adalah bagian klausa yang menandai apa yang dinyatakan oleh pembicaraan, sedangkan P adalah bagian klausa yang menandai apa yang dinyatakan oleh pembicara tentang S. Kemudian O adalah bagian verba yang menjadi predikat dalam klausa.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. subyek penelitiannya adalah iklan produk minuman dalam sosial media Instagram. Adapun objek penelitian berupa kalimat mayor dan kalimat minor. Data dalam penelitian ini berupa kalimat kalimat minor yang terdapat dalam iklan produk minuman di Instagram. Sumber data dalam penelitian ini adalah dokumen tertulis yang terdapat dalam iklan produk minuman di Instagram. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik sampel kemudian dilanjut teknik simak dengan metode catat.

Dalam penelitian ini menggunakan metode padan dan metode agih. Kemudian data yang terkumpul akan diparafrasakan dengan teknik ubah ujud terlebih dahulu untuk mengetahui bentuk kalimat utuh. Bila ada data yang mengandung kosa kata bahasa asing maka akan menggunakan teknik ganti.

Temuan dan Pembahasan

Iklan produksi minuman merupakan kalimat tidak utuh. Hal ini disebabkan terjadinya pelepasan-pelepasan dari unsur kalimatnya, misalnya iklan produk minuman yang sering melepaskan fungsi subjek dan predikat, sedangkan fungsi yang dieksplicitkan yakni fungsi keterangan. Menurut bentuknya iklan produk minuman termasuk dalam golongan iklan *display*, yaitu iklan yang menunjukkan sesuatu yang diiklankan.

Penelitian ini memuat data-data yang berupa iklan produk minuman, pembahasan mengenai pola kalimat dengan cara data awal diparafrasakan menjadi kalimat utuh sehingga kemudian kalimat tersebut dapat dijelaskan makna yang tersembunyi. Mungkin cara peneliti memparafrasakan kalimat tidak sama dengan yang lain, masing-masing peneliti bisa berbeda sesuai dengan kemampuan memparafrasakan suatu teks. Selanjutnya akan diidentifikasi pola kalimat yang ada di dalam teks.

Data 1

Data (1a) GERAH?
CHILL AJA LAH.
(*sprite_id*)

Berdasarkan tuturan diatas, pengisi tulisan Data 1a ditemukan dua kalimat. Data tersebut mengandung pemadatan kalimat. Setelah dilakukan parafrasa akan menjadi kalimat seperti berikut;

(jika Anda) GERAH? (Anda) CHILL AJA LAH. (bersama Sprite)

Pola yang teridentifikasi yaitu (S)P dan (S)P(Pel). Berdasarkan pola kalimat diatas dalam K1 maupun K2 sama-sama terjadi pelesapan subjek. Seperti analisis berikut:

<u>(Jika Anda)</u>	<u>GERAH?</u>	<u>(Anda)</u>	<u>CHILL AJA LAH</u>
S	P	S	P

Berdasarkan kalimat dalam Data 1, peneliti mengidentifikasi terdapat kalimat minor elips pada kalimat “*chill ajalah*”, karena kalimat tersebut berupa pemberitahuan.

Data 2

Data (2a) Yuk, kenali minat & bakat si buah hati dengan cara mudah ini!

Lakukan aktivitas bersama

Cek reaksinya

Catat aktivitas yang disenangi!

(*dancow*)

Berdasarkan tuturan data 2a, pengisi tulisan Data 2a ditemukan empat kalimat. Data tersebut mengandung pemadatan kalimat. Setelah dilakukan parafrasa akan menjadi kalimat seperti berikut,

Yuk, (kita) kenali minat & bakat si buah hati dengan cara mudah ini!

(kita) Lakukan aktivitas bersama(.)

(kita) Cek reaksinya(.)

(kita) Catat aktivitas yang disenangi!

Pola yang teridentifikasi yaitu (S)PPel Berdasarkan pola kalimat diatas dalam K1 maupun K2 sama-sama terjadi pelesapan subjek. Seperti analisis berikut:

<u>Yuk, (kita)</u>	<u>kenali</u>	<u>minat & bakat si buah hati dengan cara mudah ini!</u>
S	P	Pel
<u>(kita)</u>	<u>Lakukan aktivitas</u>	<u>bersama(.)</u>
S	P	Pel
<u>(kita)</u>	<u>Cek</u>	<u>reaksinya(.)</u>
S	P	Pel
<u>(kita)</u>	<u>Catat</u>	<u>aktivitas yang disenangi!</u>
S	P	Pel

Berdasarkan kalimat dalam Data 2a, peneliti mengidentifikasi terdapat kalimat minor karena kalimat tersebut tidak lengkap subjek dan predikatnya.

Data 3

Data (3a) Yuk Bunda, Sudah Tahu Tentang Nutrisi yang Penting untuk Daya Tahan Tubuh Toddler?
(*dancow*)

Berdasarkan tuturan data 3a, pengisi tulisan Data 3a ditemukan satu kalimat. Data tersebut mengandung pemadatan kalimat. Setelah dilakukan parafrasa akan menjadi kalimat seperti berikut.

Yuk Bunda, (Bunda) Sudah Tahu Tentang Nutrisi yang Penting untuk Daya Tahan Tubuh Toddler?

Pola yang teridentifikasi yaitu (S)P dan (S)P(Pel). Berdasarkan pola kalimat diatas dalam K1 terjadi pelesapan subjek. Seperti analisis berikut:

<u>Yuk Bunda</u>	<u>Sudah Tahu</u>	<u>Tentang Nutrisi yang Penting untuk Daya Tahan Tubuh Toddler?</u>
S	P	Pel

Berdasarkan kalimat dalam Data 3a, peneliti mengidentifikasi terdapat kalimat minor seru pada kalimat “yuk bunda” dengan parafrasa penambahan tanda seru.

Data 4

Data (4a) energi untuk kuat puasa
(*miloindonesia*)

Berdasarkan tuturan data 4a, pengisi tulisan Data 4a ditemukan satu kalimat. Data tersebut mengandung pemadatan kalimat. Setelah dilakukan parafrasa akan menjadi kalimat seperti berikut.

(Milo) energi untuk kuat puasa(.)

Pola yang teridentifikasi yaitu (S)PPel Berdasarkan pola kalimat diatas dalam data 4asama-terjadi pelesapan subjek. Seperti analisis berikut:

(energen) nutrisinya lengkap (dan) bantu aktifitas lebih siap(.)
S P Pel

Berdasarkan kalimat dalam Data 7a, peneliti mengidentifikasi terdapat kalimat minor karena kalimat tersebut tidak lengkap subjek dan predikatnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis kalimat minor pada iklan minuman di instagram terdapat 7 data terkumpul. Kemudian 7 data kesemuanya merupakan bentuk kalimat minor. Kalimat minor adalah kalimat yang tidak lengkap klausanya sebagai konstituen dasar kalimat tersebut. Penggunaan kalimat minor bertujuan untuk menarik pelanggan warga Instagram dengan Bahasa.

Daftar Pustaka

- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A. (2015). *Sintaksis Bahasa Indonesia (Pendekatan Proses)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mulyani, S., & Suhendarti, N. (2021, Oktober). Karakteristik Laras Iklan pada Akun Online Shop di Platform Media Sosial Instagram. *Jurnal Literasi*, 5 (2).
- Musaffak. (2015, Oktober). Analisis Wacana Iklan Makanan dan Minuman pada Televisi Berdasarkan Struktur dan Fungsi Bahasa. *KEMBARA*, 1(2).
- Parera, J. D. (2013). *Dasar-dasar Analisis Sintaksis*. Jakarta: Erlangga.
- Pramesti, A. P., & Martutik. (2020). Laras Bahasa Iklan pada Media Sosial Instagram. *BASINDO*, 4 (1).
- Pratiwi, D. I., & Suhartono. (2021). Kompleksitas kalimat Persuasi Iklan Produk Detergen. *BAPALA*, 8, 6.
- Sadzili, M. H., Ibnu Adham, M. J., & Triyadi, S. (2021). Analisis Gaya Bahasa dan Pola Sintaksis pada Slogan Iklan Makanan di Televisi. *Jurnal Educatio*, 7 (3).
- Yendra. (2018). *Mengenal Ilmu Bahasa (Linguistik)*. Yogyakarta: Deepublish.