

KAJIAN WACANA IKLAN JASA BOGA DALAM MEDIA LUAR RUANG

DISCOURSE STUDY OF FOOD SERVICE ADVERTISEMENT IN OUTDOOR MEDIA

Wening Handri Purnami

Balai Bahasa Daerah Istimewa Yogyakarta
Jalan I Dewa Nyoman Oka No. 34 Yogyakarta, Indonesia
hp.wening@yahoo.co.id

(naskah diterima tanggal 18 September 2017, direvisi terakhir tanggal 17 Desember 2017, dan disetujui tanggal 22 Desember 2017)

Abstrak

Kajian ini membahas wacana iklan jasa boga dalam media luar ruang. Iklan merupakan sebuah sarana yang dipandang efektif dalam menyampaikan informasi. Iklan jasa boga menarik untuk dikaji karena memperlihatkan kekhasan dalam pemakaian bahasa. Kajian bertujuan mendeskripsikan slot-slot wacana jasa boga dan strategi pembentuk slot atau pengisi slot pada iklan jasa boga di media luar ruang. Kajian ini menggunakan pendekatan struktural dan bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode observasi. Peneliti mengamati secara langsung iklan-iklan media luar ruang di DIY. Observasi menerapkan teknik simak dan rekam visual. Metode dan teknik analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan ialah metode agih dengan teknik sisip dan balik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wacana iklan boga menghasilkan empat jenis slot. Slot nama dapat berbentuk (1) akronim, (2) singkatan, (2) nama diri, dan (4) nama lokasi. Slot spesifikasi dapat bersifat menyangatkan atau mengedepankan kekhasan daerah. Slot atribusi menyiratkan bentuk slogan. Slot alamat berisi keterangan alamat rumah dan nomor telepon. Aspek permainan bahasa berkenaan dengan penyimpangan ejaan, yaitu pemakaian huruf kapital dan penulisan kata.

Kata Kunci: iklan jasa boga, pemakaian, slot

Abstract

This study discusses about food service advertisement discourse on outdoor media. Advertisement is one of effective facility in delivering information. The advertisement is interesting to study for its particularity in language use. The study aims to describe discourse plots on food service and strategy to form plot or plot insert on advertisement of food service on outdoor media. This study uses structural and qualitative descriptive approach. This study uses observation mode by observing directly to outdoor advertisement media in DIY. The observation uses listening and visual recording. Method and analysis technique to answer the problem is distributional using inserting and reversing technique. The result shows that food service discourse produces four types of slots as (1) acronym, (2) abbreviation, (3) self name, and (4) location name. Specification slot emphasizes locality particularity. Atributive slot shows slogan form. Address slot contains description of house address and telephone number. Language playing aspect is dealing with spelling split, that is alphabetical use and word writing.

Keywords: food service advertisement, use, slot

1. Pendahuluan

Media luar ruang adalah sarana komunikasi yang menggunakan alat tertentu yang diletakkan di luar ruang atau di luar gedung (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Bentuk media luar ruang bermacam-macam, seperti baliho, spanduk, poster, *neon box*, video-tron, dan *wall painting*. Jenis iklan media luar ruang, antara lain, jasa boga, jasa pencucian, jasa salon kecantikan, sewa mobil.

Keberadaan para pendatang yang bermukim sementara (*indekost*) memunculkan peluang usaha bagi warga Daerah Istimewa Yogyakarta untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka, yaitu makan tiga kali sehari. Untuk itu, bermunculanlah beragam jenis wirausaha, salah satunya ialah usaha jasa boga. Iklan media luar ruang yang dikaji pada penelitian ini ialah iklan jasa boga. Iklan merupakan sarana yang dipandang efektif dalam menyampaikan pesan. Iklan dinilai memiliki kekuatan yang ampuh untuk dapat memengaruhi pembaca atau khalayak agar tertarik atau melakukan apa yang dimaksudkan dalam iklan. Isi iklan dapat berupa informasi sosial, politik, ekonomi, dan lain sebagainya, mulai dari tingkat pembaca kalangan bawah hingga pembaca kalangan atas. Informasi yang dimaksudkan dapat berupa promosi mengenai suatu produk atau imbauan.

Menurut Indiyastini (2014), iklan adalah cara tepat untuk membantu orang yang memerlukan barang dan jasa karena merupakan media komunikasi antara penjual dan calon pembeli. Yang dimaksud iklan adalah pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah), atau di tempat umum (KBBi V

daring). Namun, wacana iklan media luar ruang yang dikaji ialah iklan jasa boga.

Dari segi wacana dan pemakaian bahasa, iklan jasa boga media luar ruang sangat menarik untuk dikaji. Berikut satu contoh iklan jasa boga sebagai gambaran.

Miyada

Mie Ayam Pedas

Bahan Alami, Tanpa Pengawet
& Bahan Pengenyal

Pilih Sendiri Level Pedasnya

Pesan Antar: 087838222079

Data contoh terdiri atas unsur lengkap, yaitu nama, spesifikasi, atribusi, dan alamat (band. Setiyanto, 2016). Bahasanya menggunakan akronim dan slogan. Data itu menginformasikan nama usaha dan spesifikasi (*Miyada*). Slot nama (*Miyada*) merupakan akronim dari *mie ayam pedas* sebagai slot spesifikasi. Nama *Miyada* digunakan untuk membedakan dengan usaha sejenis yang lain. Slot spesifikasi (*mie ayam pedas*) adalah penjelasan mengenai jenis jasa yang ditawarkan. Data itu juga menginformasikan atribusi berupa slogan (*pilih sendiri level pedasnya*). Slot atribusi (*pilih sendiri level pedasnya*) adalah paparan untuk menjelaskan hasil produk atau kekhasan layanan. Slot alamat (*pesan antar: 087838222079*) adalah paparan berupa nomor telepon untuk membimbing calon konsumen sampai ke lokasi usaha.

Dari contoh tadi diketahui bahwa iklan jasa boga memiliki keunikan pada slot-slot wacananya. Dalam membentuk slot, produsen memanfaatkan bahasa untuk mengisi slot tertentu. Sehubungan dengan itu, permasalahan dalam kajian ini dirumuskan sebagai berikut. Apa saja slot-slot wacana iklan jasa boga pada

media luar ruang? Bagaimana strategi pembentuk slot atau pengisi slot? Sesuai dengan rumusan permasalahan, tujuan penelitian juga berkenaan dengan dua hal, yaitu terdiskripsikannya (1) slot-slot wacana iklan jasa boga pada media luar ruang dan (2) strategi pembentuk slot atau pengisi slot.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik secara teoretis maupun praktis. Manfaat secara teoretis ialah menambah wawasan bagi para peneliti dan pemerhati bahasa dalam mengkaji penggunaan bahasa iklan, terutama iklan jasa boga pada media luar ruang. Manfaat secara praktis, di antaranya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk menentukan kebijakan terkait dengan kegiatan pembinaan kebahasaan.

Iklan jasa boga sebagai wacana komersial, tidak dapat dilepaskan dari tujuan utamanya untuk menjual. Dengan demikian, bahasa yang digunakan dimanfaatkan untuk mendukung fungsi utama itu, yaitu fungsi persuasi sebagaimana disinggung oleh beberapa peneliti iklan. Pada kajian Damayanti (2006) dibahas penggunaan bahasa Indonesia dalam iklan surat kabar di Kalimantan Barat. Berbeda dengan itu, Zaenal, dkk. (1992) mengkaji penggunaan bahasa dalam iklan perniagaan. Penelitian yang setipe dilakukan oleh Herawati (2009). Dalam kajian itu, dibahas penggunaan diksi (pilihan kata) dalam iklan pada radio Sonora.

Dari sisi lain, Setiyanto (2014) membahas dua aspek iklan sebagai bentuk dominasi, yaitu macam strategi dan macam topik yang digunakan. Kajian terhadap wacana iklan baris yang dilakukan oleh Indiyastini (2014) menghasilkan dua macam struktur bagian, yaitu (1) awal-isi-penutup dan (2)

isi-penutup. Kajian Riani (2016) membahas penggunaan bahasa Indonesia pada iklan media luar ruang. Selain kajian-kajian itu, Purnami, dkk. (2017) membahas penggunaan bahasa iklan pada aspek struktur slot, penggunaan bahasa, kekhasan bahasa, dan tindak tutur.

Berdasarkan hasil kajian yang sudah dipaparkan, penelitian berkenaan dengan slot-slot wacana dan strategi pembentuk slot atau pengisi slot perlu dilakukan.

Berkenaan dengan kerangka teori, dipaparkan bahwa iklan adalah pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum (KBBI, 2008:521). Iklan merupakan sebuah pesan untuk membujuk agar khalayak membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Media adalah alat atau sarana, sedangkan luar ruang adalah berlangsung (terjadi) di ruang terbuka (KBBI, 2008:843, 892). Jadi, media luar ruang adalah sarana komunikasi yang menggunakan alat tertentu yang diletakkan di luar ruang. Analisis terhadap iklan media luar merupakan analisis kontekstual, yakni analisis yang menghubungkan fakta bahasa dengan konteks ekstralingual. Faktor-faktor ekstralingual lazim disebut situasi tutur. Leech (seperti diterjemahkan oleh Oka, 1993: 19), membagi situasi tutur ke dalam lima aspek, yaitu (1) penutur dan lawan tutur, (2) konteks tuturan, (3) tindak tutur sebagai bentuk tindakan, (4) tujuan tuturan, dan (5) tuturan sebagai produk tindak verbal. Menurut Hymes (1972 dalam Chaer, 2004), suatu tindak tutur harus memenuhi delapan komponen yang diakronimkan menjadi SPEAKING. Kedelapan komponen itu ialah S (*setting and scene*), P (*participants*), E (*ends: purpose*

and goal), A (act sequences), K (key: tone or spirit of act); I (instrumentalities), N (norms of interaction and interpretation), dan G (genres).

Secara umum, iklan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal yang menyampaikan informasi berbayar sesuai keinginan institusi/sponsor melalui media massa dengan tujuan untuk memengaruhi/mempersuasi khalayak agar membeli suatu produk atau jasa (Jaiz, 2014). Iklan adalah sebuah wacana yang memiliki substansi tersendiri yang membedakannya dengan tipe wacana lain. Iklan memiliki elemen-elemen yang begitu kompleks. Penggunaan bahasa, baik dalam simbol verbal maupun nonverbal, merupakan salah satu elemen yang membangun keutuhan wacana iklan itu (Sudiartha, 2010:4). Kata iklan (*advertising*) berasal dari bahasa Yunani, yang mempunyai arti 'berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan'. Pengertian iklan secara komprehensif adalah semua bentuk aktivitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang, atau jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu (Duriyanto, dkk, 2003: 1).

Kajian wacana iklan ini bersifat struktural. Pada umumnya struktur wacana terdiri atas beberapa bagian dengan setiap bagian memiliki fungsi tersendiri. Bagian awal wacana berfungsi sebagai pembuka wacana, bagian tubuh wacana berfungsi sebagai pemapar isi wacana, dan bagian penutup berfungsi sebagai penanda akhir wacana (Baryadi, 2002:14). Sebagai unsur sebuah bangunan, setiap wacana memerlukan slot-slot sebagai wadah (band. Alwi *et al.*, 1998: 36, 320; Sudaryanto *et al.*, 1991: 69; Verhaar, 1992: 72; Setiyanto,

2012: 14). Dengan kata lain, wacana tersusun dari (a) slot nama, (b) slot spesifikasi, (c) slot atribusi, dan (d) slot alamat (Setiyanto, 2012: 47).

Slot artinya ruang kosong. Slot nama untuk membedakan dengan usaha sejenis yang lain. Slot spesifikasi adalah slot yang memberikan penjelasan mengenai jenis jasa yang ditawarkan. Slot atribusi adalah slot yang berisi paparan tambahan untuk lebih menjelaskan hasil produk atau kekhasan layanan. Slot alamat adalah slot yang berisi paparan mengenai tempat lokasi usaha. Slot ini sering dilengkapi dengan nomor telepon, email, atau laman.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu tahap penyediaan data, tahap penganalisisan data, dan tahap penyajian hasil analisis data (Sudaryanto, 2015: 6–8). Pada tahap penyediaan data dilaksanakan proses penentuan data, pencarian data, penyeleksian data, dan pengklasifikasian data. Pada tahap pemerolehan data, bentuk iklan media luar ruang yang digunakan sebagai data ialah iklan yang memanfaatkan media seperti *baliho*, spanduk (*geber*) di wilayah DIY. Data yang telah disimak dikenai teknik rekam visual. Dalam hal ini, peneliti melakukan perekaman gambar data dengan kamera digital, sehingga diperoleh data berupa foto atau gambar. Teks pada foto atau gambar kemudian ditranskrip ke dalam sistem ortografis yang standar.

Data yang berupa foto diklasifikasi dan dianalisis dengan dasar tertentu. Pengklasifikasian didasarkan pada struktur wacana dan penggunaan bahasanya. Untuk menjawab permasalahan struktur wacana, digunakan metode agih dengan teknik sisip dan balik.

Teknik sisip dimanfaatkan untuk menyisipkan slot-slot atau unsur-unsur lain yang tidak dimunculkan dalam sebuah iklan. Teknik balik digunakan untuk menguji kemungkinan pola urutan. Pada penyajian hasil analisis data digunakan metode deskripsi. Data disajikan dengan menggunakan huruf kapital, bukan kapital, tebal, tak tebal, atau miring. Perbedaan penulisan untuk menggambarkan perbedaan unsur pesan yang dalam papan iklan digambarkan dengan permainan warna, huruf, dan tata urutan penulisan. Pada tahap analisis, penulisan dimiringkan untuk membedakannya dengan teks paparan (Purnami, dkk., 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

Iklan jasa boga merupakan sebuah wacana yang utuh yang direalisasikan dalam kalimat-kalimat atau kata-kata yang membawa amanat yang lengkap. Wacana iklan jasa boga memiliki ciri khusus yang membedakannya dari iklan lain. Wacana iklan jasa boga berdasar tata urutan penulisan terdiri atas tiga sampai delapan baris. Kalimatnya diwarnai bermacam-macam jenis huruf. Pada umumnya iklan jasa boga tidak memperhatikan kaidah ejaan. Meskipun demikian, iklan jasa boga memiliki struktur slot sebagai skema wacana. Untuk lebih jelasnya, berikut disajikan bagian-bagian wacana iklan jasa boga.

3.1 Bagian-Bagian Iklan Jasa Boga

Bagian iklan jasa boga, seperti wacana yang lain, terdiri atas bagian awal, tengah, dan akhir. Iklan jasa boga diawali dengan slot nama, seperti *warung Anjli, Mak Idah, Mbak Ning, Bu Hana*. Bagian tengah iklan berisi (1) slot spesifikasi, yaitu jenis jasa yang ditawarkan, seperti, *ayam goreng rempah, soto*

ayam, kupat tahu, bakso malang dan (2) slot atribusi, yaitu kekhasan layanan yang berupa slogan. Bagian akhir iklan jasa boga pada umumnya berisi slot alamat, yaitu lokasi usaha yang dilengkapi dengan nomor telepon, email, atau laman. Slot-slot iklan jasa boga, yaitu (1) slot nama, (2) slot spesifikasi, (3) slot atribusi, dan (4) slot alamat seperti berikut ini.

3.1.1 Slot Nama

Slot nama berfungsi untuk membedakan satu usaha dengan usaha sejenis yang lain. Slot nama iklan jasa boga diwujudkan dalam empat bentuk, yaitu (1) bentuk akronim, (2) bentuk singkatan, (3) nama diri, dan (4) berdasar lokasi. Keempat bentuk slot nama iklan jasa boga itu seperti berikut ini.

3.1.1.1 Bentuk Akronim

Bagian awal iklan jasa boga dapat berisi slot nama dalam bentuk akronim. Akronim adalah kependekan yang berupa gabungan huruf atau suku kata atau bagian lain yang ditulis dan dilafalkan sebagai kata yang wajar, misalnya *ponsel* telepon seluler, *letkol* letnan kolonel, *rudal* peluru kendali (KBBI, 2008: 29). Paparan slot nama bentuk akronim seperti contoh berikut ini.

- (1) *Cimot*
Cilok Imoet
Bersih Higienis, Halal
- Rasa Original
- Cheese Mayonese
- Cheese Barbeque
Harga Mulai Rp.2000
- (2) BAKSO
"BBM"
GUNUNGKIDUL
Bakso Biasa Mawon

Jl. Ksatrian, Wanasari, Gunungkidul
(Depan Lap. Ksatrian)
HP. 081804335768

- (3) **ROKET**
Rasane OK Enak Tenan
BAKSO MIE AYAM
Alamat: Jl. Wahid Hasyim Bendungan,
Wates, Kulon Progo
Menerima Pesanan:
Hp: 081931734123
- (4) **BASKOM**
Bakso Komplit
Bakso-Soto-Mie Ayam-Es Campur
Jl. Pramuka (depan Kodim), Wonosari,
Gunungkidul
- (5) *Djawani*
Jajan Wareg lan Numani
Griya Dhahar
Timur Pemda Kulon Progo
Menerima Pesanan. Hub. (0274) 773830

Pada data (1) slot nama (*cimot*) merupakan akronim dari *cilok imoet*. Kata *cimot* berasal dari bahasa gaul; akronim dari *cinta motor*. Contoh penggunaannya dalam kalimat, “*Eh elu, jangan mau ama dia, cimot orangnya.*” Kata *cilok* merujuk sebuah makanan khas Jawa Barat, yaitu bakso yang dibuat dari tepung kanji dihidangkan dengan ditusuk seperti satai diberi bumbu pelengkap, seperti, sambal kacang, kecap, dan saus. Pada data (2) slot nama (*BBM*) untuk membedakannya dari usaha jasa boga sejenis yang lain. Data menginformasikan bahwa nama usaha *BBM* merupakan singkatan dari *bakso biasa mawon*. Nama *BBM* (*bakso biasa mawon*) untuk membedakannya dari usaha sejenis yang lain. Singkatan *BBM* (*bakso biasa mawon*) menggunakan bahasa Jawa. Arti dalam

bahasa Indonesianya ialah *bakso biasa saja*.

Pada data (3) terdapat akronim *roket*. Kata *roket* merupakan bentuk akronim dari *rasane ok enak tenan*. Pada data (4) dan (5) juga terdapat akronim, yaitu *baskom* (4) dan *djawani* (5). Kata *baskom* merupakan bentuk akronim dari *bakso komplit* ‘bakso lengkap’; kata *djawani* merupakan bentuk akronim dari *jajan wareg lan numani* ‘membeli kenyang dan membuat ketagihan’. Kata-kata pada data (1)–(5) merupakan bagian awal dari iklan jasa boga.

3.1.1.2 Bentuk Singkatan

Selain berupa akronim, bagian awal slot nama iklan jasa boga dapat berbentuk singkatan. Singkatan adalah hasil menyingkat (memendekkan), berupa huruf atau gabungan huruf, misalnya, DPR, KKN, dan sebagainya (KBBI, 2008: 1313). Slot nama bentuk singkatan pada iklan jasa boga seperti contoh berikut ini.

- (6) **SATE BCA**
Bebek Campur Ayam
Tersedia:
- Soto Ayam
- Soto Bebek
- Soto Bebek campur Ayam (Special)
- Soto Ayam Campur Bebek
- (7) **BCA**
Bakso Cakar Ayam
- Tongsen
- Gule
- Sop Kambing
- Bakso Sapi
- Soto Sapi
- Soto Bakso
- Nasi Goreng
- Aneka Minuman
- Aneka Juice

- (8) **BCA**
Bakco Cak Agus
 - Tongseng - Bakso sapi
 - Gule - Soto sapi
 - Sop kambing - Soto bakso
 - Nasi goreng
 - Aneka minuman
 - Aneka Jus

Data (6)–(8) merupakan bagian dari slot nama iklan jasa boga dalam bentuk singkatan. Pada data (6)–(8) terdapat singkatan yang sama, yaitu *BCA*. Kata *BCA* data (6) merupakan bentuk singkatan dari *bebek campur ayam*. Pada data (7) kata *BCA* merupakan bentuk singkatan *bakso cakar ayam*. Pada data (8) kata *BCA* merupakan singkatan *bakso Cak Agus*. Slot bentuk singkatan *BCA* pada data (6)–(8) sebagai nama dipilih untuk membedakannya dari usaha sejenis yang lain.

3.1.1.3 Bentuk Nama Diri

Di dalam iklan jasa boga ditemukan bagian slot nama bentuk nama diri. Nama diri adalah nama untuk menyebut (diri) seseorang, benda, tempat tertentu, dan sebagainya. Slot nama bentuk nama diri pada iklan jasa boga seperti contoh berikut ini.

- (9) **BEBEK GORENG H. SLAMET (ASLI)**
CABANG KARTASURO
 Special Sambal Korek
 Jl Raya Wates Yogya Km 1 Gunung
 Gempal Tlp. (0274) 6637750
- (10) *Angkringan "SEHAT" Mbak Yul*
- (11) *"ANGKRINGAN" Pak Yanto*
 Monggo Pinarak ...

Data (9)–(11) memperlihatkan slot nama berbentuk nama diri. Slot nama (*bebek goreng H. Slamet (asli) cabang Kartasuro*) pada data (9); slot nama (*angkringan "sehat" Mbak*

Yul) pada data (10); dan slot nama (*angkringan Pak Yanto*) pada data (11) menyiratkan nama diri untuk membedakannya dengan usaha sejenis yang lain. Contoh lain iklan jasa boga dalam bentuk nama diri dapat dilihat pada contoh (12)–(14) berikut ini. Iklan jasa boga yang berupa nama diri dicetak miring.

- (12) *GUDEG Yu Djum*
 BUKA
 JAM 06.00–20.00 WIB

 Delivery Service
 Tlp.0274–587748
 Hp. 082226741448

 JL. AM. SANGAJI 93 RT 027 RW 07
 KARANGWARU TEGALREJO
 YOGYAKARTA
- (13) Selamat Datang Diwaroeng Kami
AYAM GEPREK Cak Nano
 Menerima pesanan: 081804045841
 Nikmatnya Sampai Ketulang
- (14) *KEPITING Bang Ja'i*
 DIJAMIN MURAH

3.1.1.4 Berdasar Lokasi

Slot nama dalam iklan jasa boga juga dapat didasarkan pada nama lokasi. Slot nama berdasar lokasi berfungsi untuk membedakannya dari usaha sejenis yang lain dengan menyiratkan alamat letak atau tempat usaha. Slot nama berdasar lokasi pada iklan jasa boga seperti contoh berikut ini.

- (15) *GUDEG JOGJA*
 Gudeg, Masakan Khas Wisata
 Kuliner Yogyakarta
- (16) *Soto TAN PROYEK*
 WARISAN LELUHUR
 JL. WONOSARI-JOGJA KM 4

LOGANDENG GUNUNGKIDUL

- (17) *BAKSO "BBM" GUNUNGKIDUL*
Bakso Biasa Mawon
Jl. Ksatrian, Wanasari, Gunungkidul
(Depan Lap. Ksatrian)
HP. 081804335768

- (18) WARUNG SATE KAMBING
PAK TRIS KRONGGAHAN
Sedia: Sate, Gule, Tongseng,
Tengkleng, Terima Pesanan Aqiqah
0274-6415148

Data (15)–(18) menyiratkan bahwa slot nama didasarkan nama lokasi. Slot nama (*Gudeg Jogja*), slot nama (*soto tan proyek*), slot nama (*bakso "bbm" Gunungkidul*), dan slot nama (*Pak Tris Kronggahan*) berupa slot nama berdasar lokasi untuk membedakannya dengan usaha sejenis yang lain. Slot nama tersebut diwujudkan dengan menyiratkan alamat letak atau tempat usaha

3.1.2 Slot Spesifikasi

Kata spesifikasi adalah proses, cara, perbuatan melakukan pemilihan (perincian). Slot spesifikasi pada iklan jasa boga berisi jenis jasa yang ditawarkan. Slot spesifikasi iklan jasa boga dipaparkan dalam bentuk menyangatkan dan bentuk kekhasan daerah. Slot spesifikasi bentuk menyangatkan dan bentuk kekhasan daerah seperti berikut ini

3.1.2.1 Bentuk Menyangatkan

Pada iklan jasa boga media luar ruang, slot spesifikasi berisi paparan yang bersifat menyangatkan. Yang dimaksud menyangatkan adalah menjadikan sesuatu bersifat sangat (hebat, keras, parah, dan sebagainya). Contoh slot spesifikasi bentuk menyangatkan seperti berikut.

- (19) *GUDEG MERCON*

IBU TINAH

Terima Pesanan 081804187537
Kranggan, Asemgede

- (20) *Tengkleng HOHAH*
NIKMATNYA KLAMUTAN
BALUNGAN
JL. WONOSARI KM 7 MANTUP
JOGJAKARTA

- (21) *AYAM GOBYOSS*
Cuma 8.500

SOUP AYAM GRATIS

Jl. HOS Cokroaminoto No. 92,
Tegalrejo, Kota Yogyakarta,
Daerah Istimewa Yogyakarta
55253

- (22) *SOTO AYAM SUEGEEERRR*
BU HANA
SPECIAL
- SOTO AYAM
- SOTO KULIT
- SOTO KEPALA
- SOTO BALUNGAN
- SOTO CEKER

Pada data (19)–(22), jenis jasa yang diisikan sebagai pengisi slot spesifikasi dengan bentuk menyangatkan ialah kata *mercon* pada data (19), kata *hohah* pada data (20), dan kata *gobyoss* pada data (21).

Pada data (19) spesifikasi ialah *gudeg*. Kata *mercon* menjelaskan kepada calon pembeli bahwa makanan yang dijual ialah *gudeg* yang dicampur dengan *oseng-oseng mercon*. Pada (20) spesifikasi ialah *tengkleng* 'masakan dari tulang kambing'. Sementara, kata *hohah* menjelaskan kepada pembeli bahwa *tengkleng* 'masakan dari tulang kambing' yang dijual rasanya pedas sekali. Pada data (21) jenis jasa yang ditawarkan sebagai pengisi slot spesifikasi

ialah *ayam* dan *gobyos*. Pernyataan itu menyiratkan bahwa penjual menawarkan makanan berupa daging ayam yang rasanya pedas sekali. Demikian juga, slot spesifikasi (*soto ayam*) pada data (22) menawarkan kepada pembeli bahwa *soto ayam* yang dijual rasanya *segar*.

3.1.6 Kekhasan Nama Daerah

Bagian iklan jasa boga pengisi slot spesifikasi, selain berbentuk menyantakan, juga dalam bentuk kekhasan daerah. Slot spesifikasi bentuk kekhasan daerah seperti contoh berikut ini.

- (23) KUPAT TAHU POPULER
ASLI **BLABAK**
GRAND OPENING
DISCOUNT 50%
JL. PIERE TENDEAN NO. 53
(SAMPING SIOMAY MIRZA)
- (24) Pojok Sarapan Pagi dan Soto *Semarang*
"Bejo"
AYAM KAMPUNG ORGANIK
Menerima Pesanan Hub: 08122796400
Jl. Bugisan No. 57, Yogyakarta
- (25) Mie Kocok **MEDAN**
(**TANJUNGPURA**)
"Dapur Aya"
- (26) SOTO **LAMONGAN**
Cak Kadir
AYAM, CEKER & SAPI
Buka Jam 5 Pagi
- (27) Spesial Ayam Goreng Rempah
AYAM REMPAH **JOGJA**
nasi SEPUASNYA
tehnya GRATIS NAMBAH
PAKET IRIT...!!
WA: 08561715550

- (28) RUMAH MAKAN **PADANG MURAH**
KOMPLIT PILIHAN MENUNYA
Nikmat Rasanya & Buktikan Murahnya

Pada data (23)–(28) pengisi slot spesifikasi berisi jenis jasa yang memperlihatkan kekhasan nama daerah. Nama daerah itu, antara lain, *Blabak* pada data (23), *Semarang* pada data (24), *Medan (Tanjungpura)* pada data (25), *Lamongan* pada data (26), *Jogja* pada data (27), dan *Padang* pada data (28). Pada data (23) kata *blabak* memperlihatkan bahwa makanan yang ditawarkan ke pembeli adalah kupat tahu berasal dari *Blabak*, yaitu salah satu kelurahan di wilayah Kabupaten Magelang. Pada data (24) tuturan *Semarang* pada slot spesifikasi (*soto, ayam kampung organik*) memperlihatkan bahwa makanan yang ditawarkan kepada pembeli berasal dari Semarang. Kata *Medan (Tanjungpura)* pada contoh (25) memperlihatkan bahwa makanan yang ditawarkan ke pembeli berupa *mie kocok* yang berasal dari *Medan (Tanjungpura)*. Slot spesifikasi (*soto*) pada data (26) memperlihatkan bahwa makanan (*soto*) yang ditawarkan penjual berasal dari daerah *Lamongan*. Pada data (27) slot spesifikasi (*ayam rempah*) memperlihatkan bahwa makanan yang ditawarkan penjual ke pembeli berasal dari *Jogja*. Demikian juga, tuturan *Padang* pada slot spesifikasi (*rumah makan murah*) pada data (28) menunjukkan bahwa makanan yang ditawarkan berasal dari *Padang*. Membuka rumah makan Padang merupakan salah satu usaha utama yang dilakukan oleh orang-orang Minangkabau di Perantauan (Wijana, 2016: 196).

3.1.3 Slot Atribusi

Slot atribusi lazimnya berisi paparan mengenai kelebihan atau kekhasan layanan. Slot atribusi iklan jasa boga sifatnya sangat produktif. Atribusi iklan jasa boga kebanyakan dalam bentuk slogan. Slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan atau mengiklankan sesuatu. Contoh data slot atribusi iklan jasa boga bentuk slogan seperti berikut.

(29) Warung Anjli
AYAM GORENG REMPAH
*Anda tak perlu cape bangun malam hari masak...
Anda tak perlu kedinginan keluar beli makan....
Anda tak perlu antri beli makan*

PESAN ANTAR
PAKET LAUK SAHUR AYAM
REMPAH
1 Paket = 4 porsi Rp35.000
Sms/wa 085-6171-5550

(30) Selamat Datang Diwaroeng Kami
Cak Nano
AYAM GEPREK
Nikmatnya Sampai Ketulang
Menerima Pesanan:
081804045841

(31) Pondok Cabe
Rasakan Sensasi Pedasnya
Jl. Laksda Adisucipto No. 10, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

(32) SOTO AYAM
"MINGGON"
Sedhep, Seger, lan Mantep

(33) Sambel Cablak
PAKET KOMPLIT
Rp8.000
(NASI
PUTIH+LELE+LALAPAN+TAHU+
SAMBAL+ES TEH)
Parahhh...Pedasnya...!!!!

Pada data (29) – (33) pengisi slot atribusi sebagai kekhasan layanan ialah *Anda tak perlu cape bangun malam hari masak...Anda tak perlu kedinginan keluar beli makan.... Anda tak perlu antri beli makan..... pesan antar* pada data (29); *nikmatnya sampai ketulang* pada data (30); *rasakan sensasi pedasnya* pada data (31); *sedhep, seger, lan mantep* pada data (32); dan *parah... pedasnya...!!!* pada data (33).

Pada data (29) slot atribusi (*Anda tak perlu cape bangun malam hari masak... Anda tak perlu kedinginan keluar beli makan.... Anda tak perlu antri beli makan..... pesan antar.*) berbentuk slogan yang menginformasikan kekhasan layanan penjual, yaitu menerima pesanan dan sanggup untuk mengantarkan. Pada data (30) slot atribusi (*nikmatnya sampai ketulang*) menginformasikan bahwa rasa ayam geprek enak sekali. Slot atribusi (*rasakan sensasi pedasnya*), pada data (31), menginformasikan makanan yang dijual kepada pembeli sangat pedas.

Slot atribusi (*sedhep, seger, lan mantep*), pada data (32), menginformasikan bahwa makanan yang dijual kepada pembeli mempunyai kekhasan segar, sedap, dan mantap. Pada data (33) slot atribusi (*parah...pedasnya!!*) menginformasikan bahwa kekhasan makanan ada pada pedasnya yang luar biasa.

3.1.4 Slot Alamat

Bagian akhir pada iklan jasa boga berisi slot alamat. Pada umumnya slot itu berisi keterangan alamat rumah dan nomor telepon yang bisa dihubungi apabila pembeli memerlukannya. Slot alamat pada iklan jasa boga dapat dilihat pada contoh data (34)–(36) berikut ini.

- (34) The-HOUSE of RAMINTEN
(Jamu Oyot Godhong)
- BUKAK 24 JAM NON STOP
 - MUSHOLA
- MENJUAL:
- NASI KUCING
 - BAKPIA
 - NASI LIWET
 - JUS KONDE RATU
- MENJUAL BERMACAM-MACAM MINUMAN JAMU TRADISIONAL
- JLN. FM NOTO NO.7 – KOTA BARU
YOGYAKARTA
TLP. (0274) 586928

- (35) WARUNG MAKAN B 2
"Mbak Ning"
Jl. Jogja-Solo Km. 12,5
Kringinan, Tirtomartani, Kalasan

- (36) Spesial Ayam Goreng Rempah
AYAM REMPAH **JOGJA**
nasi SEPUASNYA
tehnya GRATIS NAMBAH
PAKET IRIT...!!
WA: 08561715550

Pada data (34) bagian akhir iklan jasa boga berupa alamat rumah (Jl. FM Noto No. 7–Kota Baru Yogyakarta) dan nomor telepon (0274 586928). Data (35) memperlihatkan bagian akhir yang berupa

alamat untuk membimbing konsumen sampai lokasi usaha, yaitu Jl. Jogja-Solo Km. 12,5, Kringinan, Tirtomartani, Kalasan), tetapi tanpa menyebutkan nomor telepon atau *handphone*. Pada data (36) bagian akhir berisi slot alamat berupa nomor *whatsapp* (08561715550) tanpa menginformasikan alamat lokasi tempat usaha yang dapat memberi petunjuk atau membimbing calon konsumen sampai lokasi usaha.

3.2 Bentuk Permainan Bahasa

Di dalam iklan jasa boga dimanfaatkan pula permainan bahasa. Permainan bahasa berupa permainan ejaan. Bentuk permainan bahasa terwujud melalui pemakaian huruf kapital dan penulisan kata seperti berikut.

3.2.1 Pemakaian Huruf Kapital

Iklan jasa boga sangat produktif ditulis dengan menggunakan huruf kapital. Dalam *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia* (2016), disebutkan beberapa hal yang perlu dicermati, yaitu mengenai pemakaian huruf (pemakaian huruf kapital, pemakaian huruf miring), penulisan kata (gabungan kata, bentuk ulang, kata depan, singkatan, dan akronim), serta penggunaan tanda baca (tanda titik, tanda koma, dan sebagainya). Data terkait permainan bahasa pada pemakaian huruf kapital seperti berikut.

- (37) The-**HOUSE** of **RAMINTEN**
(Jamu Oyot Godhong)
- **BUKAK 24 JAM NON STOP**
 - **MUSHOLA**

- MENJUAL:
- **NASI KUCING**
 - **BAKPIA**
 - **NASI LIWET**

- *JUS KONDE RATU*
- *MENJUAL BERMACAM-MACAM MINUMAN JAMU TRADISIONAL JLN. FM NOTO NO.7 – KOTA BARU YOGYAKARTA TLP. (0274) 586928*

- (38) *BCA*
Bakso Cakar Ayam
- Tongseng
 - Gule
 - Sop Kambing
 - Bakso Sapi
 - Soto Sapi
 - Soto Bakso
 - Nasi Goreng
 - Aneka Minuman
 - Aneka Juice

Pada data (37) semua kata ditulis dengan menggunakan huruf kapital kecuali slot nama (*The house of Raminten*) dan slot spesifikasi (*jamu oyod godhong*). Penulisan iklan dengan semua dalam huruf kapital bertujuan agar pesan mudah dipahami dan semakin menarik. Dengan demikian, semakin menarik minat pembaca untuk membeli produk. Pada data (38) slot nama ditulis dengan huruf kapital (*BCA*). Slot nama (*BCA*) ditulis kapital karena merupakan akronim *bakso cakar ayam*. Slot spesifikasi ditulis kapital sebagai huruf pertama awal kalimat (*tongseng, gule, sop kambing, bakso sapi, soto sapi, soto bakso, nasi goreng, aneka minuman, aneka juice*).

3.2.2 Penulisan Kata

Permainan bahasa bentuk penulisan kata muncul pada slot atribusi slogan. Dipaparkan dalam *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia* (2016) beberapa hal yang perlu dicermati terkait penulisan kata, yaitu kata dasar, kata berimbuhan, bentuk ulang, gabungan kata, pemeng-

galan kata, kata depan, partikel, singkatan dan akronim, angka dan bilangan, dan sebagainya. Data terkait permainan bahasa dalam bentuk penulisan kata seperti berikut.

- (39) *Sambel Cablak*
PAKET KOMPLIT
Rp8.000
(NASI
PUTIH+LELE+LALAPAN+TAHU+
SAMBAL+ES TEH
Parahhh...Pedasnya...!!!!

- (40) *SOTO AYAM SUEGEEERRR*
BU HANA
SPECIAL
 - *SOTO AYAM*
 - *SOTO KULIT*
 - *SOTO KEPALA*
 - *SOTO BALUNGAN*
 - *SOTO CEKER*

- (41) *AYAM GOBYOSS*
Cuma 8.500
SOUP AYAM GRATIS
Jl. HOS Cokroaminoto No. 92,
Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah
Istimewa Yogyakarta 55253

- (42) *Depot Makan "WEENAK"*
Jalan Monjali 181 Yogyakarta
Telp. 081910512988/081215358288
MENERIMA PESANAN

Pada data (39)–(42) terdapat penulisan kata dengan pemanjangan fonem. Pemanjangan fonem, baik vokal maupun konsonan, adalah penulisan vokal atau konsonan secara lebih dari satu kali atau dari yang seharusnya (band. Faiza, 2008: 85 dan Khotimah, 2012: 21). Pada data (39) kata *parah* dalam slot atribusi *parahh pedasnya* ditulis dengan pengulangan fonem/h/ (*Parahhh*). Pada data

(40) slot spesifikasi (*soto ayam sueger*) pada kata *sueger* ditulis *suegeerrrr*. Kata *gobyos* 'keluar banyak keringatnya' pada slot spesifikasi (*ayam gobyos*) data (41) ditulis *gobyoss*. Pada data (42) kata *wenak* 'enak', pada slot nama, ditulis dengan pemanjangan fonem /e/ ditengah (*weenak*). Kata *sueger* yang ditulis *suegeerrrr*, *gobyos* 'keluar keringat banyak' yang ditulis *gobyoss*, dan *wenak* 'enak' yang ditulis *weenak* berfungsi untuk menyangatkan.

4. Simpulan

Berdasarkan kajian terhadap iklan jasa boga dalam media luar ruang, diperoleh simpulan sebagai berikut. Bagian awal wacana iklan (slot nama) khas menunjukkan bahwa wacana iklan boga ini menghasilkan empat struktur. Slot nama dapat berbentuk (1) akronim, (2) singkatan, (2) nama diri, dan (4) nama lokasi. Bagian tengah (slot spesifikasi) menghasilkan bentuk slot spesifikasi dengan fungsi untuk menyangatkan dan kekhasan nama daerah

Bagian isi lainnya diisi slot atribusi. Slot atribusi menyiratkan bentuk slogan. Bagian akhir berupa slot alamat. Slot itu berisi keterangan alamat rumah dan nomor telepon. Selain memiliki empat slot, yaitu nama, spesifikasi, atribusi, dan alamat, iklan jasa boga di DIY juga memperlihatkan adanya kreativitas dalam permainan bahasa. Kajian terhadap permainan bahasa itu dapat berupa penyimpangan ejaan, yaitu pemakaian huruf kapital dan penulisan kata.

Daftar Pustaka

Arifin, E, Zaenal, dkk. 1992. *Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame*. Jakarta: Pusat Pembinaan

dan Pengembangan Bahasa, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Baryadi, I Praptomo. 2002. *Dasar-Dasar Analisis Wacana dalam Ilmu Bahasa*. Yogyakarta: Pustaka Gondho Suli.

Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Damayanti, Wahyu. 2006. *Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Iklan Surat Kabar Kalimantan Barat*. Departemen Pendidikan Nasional, Pusat Bahasa, Balai Bahasa Provinsi Kalimantan Barat.

Durianto, Darmadi, dkk. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Herawati, Ida. 2009. *Bahasa Iklan pada Radio Sonora di Kabupaten Pontianak*. Departemen Pendidikan Nasional, Pusat Bahasa, Balai Bahasa Provinsi Kalimantan Barat.

Indiyastini, Titik. 2014. "Kajian Wacana Iklan Baris tentang Properti di Media Massa Cetak". Yogyakarta: Prosiding Diskusi Ilmiah (Lokakarya Hasil Penelitian) Kebahasaan dan Kesastraan, Balai Bahasa Provinsi DIY, 29 September – 1 Oktober 2014.

Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Khotimah, Tarti Khusnul, dkk. 2013. "Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Majalah Sekolah di Kota Yogyakarta" (Penelitian Tim). Kementerian Pendidikan dan Kebu-

- dayaan, Balai Bahasa Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Leech, Geoffrey. 1983. *Principle of Pragmatics*. Terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia dilakukan oleh M.D.D. Oka. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: UI Press.
- Purnami, Wening Handri, dkk. 2017. "Penggunaan Bahasa pada Iklan Media Luar Ruang". Laporan Tim Penelitian Balai Bahasa Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Riani, dkk. 2016. *Penggunaan Bahasa Indonesia pada Media Luar Ruang di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Bahasa DIY.
- Setiyanto, Edi. 2014. *Wacana Iklan Susu Balita: Kajian Analisis Wacana Kritis dalam Prosiding Diskusi Ilmiah (Lokakarya Hasil Penelitian Kebahasaan dan Kesastraan)* Balai Bahasa Provinsi DIY, 29 September – 1 Oktober 2014.
- . 2012. *Wacana Hortatori Ular-Ular Bahasa Jawa: Kajian Slot dan Struktur Slot*. Dalam *Widyaparwa* (Makalah Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan), Volume 40, Nomor 1, Juni 2012, hlm. 13 – 24.
- . 2016. "Bahasa Jawa dalam Nama Usaha Jasa Boga di Kota Yogyakarta". Dalam kumpulan makalah Kongres Bahasa Jawa VI, 8–12 November 2016.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisa Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sudiartha, I Wayan. 2010. *Wacana Iklan Komersial dalam Media Cetak*. Denpasar: Cakra Press.
- Tim Penyusun. 2016. *Pedoman Pemanfaatan Penggunaan Bahasa di Media Luar Ruang*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Tim Penyusun. 2016. *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Tim Redaksi. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijana, I.D.P. (2016). *Bahasa dan Etnisitas: Studi tentang Nama-Nama Rumah Makan Padang* makalah Jurnal Ilmiah Masyarakat Linguistik Indonesia, Volume ke-34, Nomor 2, Agustus 2016, hlm. 196.