

### Fungsi Sintaksis, Kategori Sintaksis, dan Peran Semantik Pada *Tagline* Iklan Rokok di Indonesia (Kajian Sintaksis)

Nada Humaida Rohmah<sup>1</sup>, Anita Rahayu<sup>2</sup>, Shinta Ainurrahma<sup>3</sup>, Sumarlam Sumarlam<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Magister Ilmu Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sebelas Maret

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami fungsi, kategori, peran gramatika pada *tagline* iklan rokok di Indonesia. Data penelitian berupa kalimat pada *tagline* iklan rokok yang dipasarkan di Indonesia dipilih sesuai topik penelitian. Penelitian ini menggunakan teori fungsi, kategori, dan peran sintaksis yang dikemukakan oleh Verhaar (2016) dan Sawardi (2021). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data penelitian dikumpulkan dengan metode simak dan catat. Data penelitian ini dianalisis menggunakan metode agih dan teknik sisip, teknik lesap, teknik perluas. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa struktur kalimat atau klausa bahasa informal pada *tagline* iklan rokok di Indonesia juga ada yang memenuhi kaidah bahasa dengan fungsi sintaksis yang ditemukan berpola S-P-O, S-P, dan S-P-K. Hasil penemuan (1) berdasarkan kategori: S berkategori nomina, P berkategori verba, kategori verba, adjektiva, frasa verba, dan frasa adjektiva, sedangkan O berkategori nomina, (2) berdasarkan peran: S berperan sebagai agentif dan reseptif, P berperan sebagai aktif, dan predikatif, sedangkan O berperan sebagai objektif. Fungsi, kategori, dan peran tersebut tetap dipatuhi oleh beberapa *tagline* iklan rokok di Indonesia, namun ada juga beberapa *tagline* yang tidak menggunakan struktur sintaksis suatu bahasa.

**Kata kunci:** *fungsi, kategori, peran, sintaksis, tagline*

#### ABSTRACT

This study aims to understand the function, category, and grammatical role in cigarette advertising taglines in Indonesia. The research data consists of sentences in cigarette advertising taglines marketed in Indonesia, selected according to the research topic. This research applies the theory of function, category, and syntactic role proposed by Verhaar (2016) and Sawardi (2021). The method used in this research was descriptive qualitative. The research data were collected using a listening and writing method. The data were analyzed by using distributional method with insertion technique, deletion technique, and expansion technique. The results of the research showed that there were some sentences or clauses which met the syntactic rules. The syntactic function was patterned as S-P-O, S-P, and S-P-K. The findings (1) based on category revealed that S was a noun category, P was a verb category, verb phrase, and adjective phrase, while O was a noun category. (2) Based on role, S acted as agentive and receptive, P acted as active and predicative, while O acted as objective. These functions, categories, and roles were still observed in several cigarette advertisement taglines in Indonesia, but there were also some taglines that did not use the syntactic structure of a language.

**Keywords:** function, category, role, syntax, tagline

## A. PENDAHULUAN

Analisis fungsi, kategori, dan peran sintaksis merupakan topik yang perlu untuk dibahas karena tidak semua kalimat memenuhi kaidah bahasa (gramatika). Analisis gramatika pada struktur kalimat formal sudah biasa atau umum dilakukan karena memang tujuannya untuk membenarkan atau membuat kalimat tersebut menjadi sesuai dengan kaidah bahasa. Namun, analisis gramatika pada struktur kalimat pemasaran atau periklanan belum banyak dilakukan karena bahasa pada pemasaran atau periklanan dianggap bukan merupakan bahasa formal.

Adanya bahasa pemasaran atau periklanan disebabkan oleh pergeseran ke dunia digital yang telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran dan periklanan. Iklan digital telah menjadi salah satu bentuk pemasaran yang paling populer dan efektif di era digital saat ini. Iklan digital adalah bentuk komunikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan merek atau produk mereka melalui berbagai saluran dan platform digital, seperti situs web, media sosial, dan aplikasi seluler. Dalam era digital yang terus berkembang, iklan rokok menjadi salah satu elemen yang mencolok dalam ranah pemasaran. Digitalisasi membuka peluang baru untuk menggali lebih dalam struktur bahasa iklan yang menjadi bagian penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Iklan merupakan media yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Salah satu strategi promosi yang dilakukan adalah dengan menggunakan *tagline* dalam bentuk teks. Istilah *tagline* merujuk pada kalimat singkat yang mengekspresikan identitas, visi, atau misi sebuah perusahaan, merek, atau bisnis (Karim, 2019). Bahasa pada teks *tagline* dibuat persuasif, menarik, berkarakteristik sesuai dengan *branding* produk atau jasa yang ditawarkan untuk menarik perhatian pembaca. *Tagline* adalah kalimat pendek yang digunakan untuk menyampaikan pesan utama dari iklan.

Iklan rokok merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang memiliki tujuan untuk mempromosikan produk rokok kepada masyarakat. Salah satu unsur penting dalam iklan rokok adalah *tagline*. *Tagline* dalam iklan rokok memiliki bahasa yang unik, yaitu tidak ada hubungannya dengan rokok secara langsung. Iklan rokok dapat ditemukan di berbagai media, termasuk media digital seperti saluran televisi dan aplikasi *YouTube*.

Telah disebutkan di atas bahwa sebuah *tagline* dibuat dengan bahasa yang persuasif, menarik, dan berkarakteristik sesuai dengan *branding* dari masing-masing produk atau jasa. Begitu juga yang dilakukan untuk membuat *tagline* pada iklan rokok, yaitu bahasa yang digunakan harus persuasif, menarik, dan berkarakteristik sesuai dengan *branding* dari rokok yang sedang diiklankan. Dalam pembuatan *tagline* yang menarik, seringkali penulisannya dibuat tanpa memperhatikan kaidah bahasa karena tujuan utamanya adalah membuat bahasa yang persuasif, menarik, dan berkarakteristik. Meskipun begitu, masih menjadi pertanyaan mengenai struktur gramatika pada kalimat pemasaran atau periklanan, yaitu tentang apakah memang ketidakformalan itu berarti sama sekali tidak memenuhi kaidah suatu bahasa berdasarkan fungsi, kategori, dan peran dari masing-masing kaidah suatu bahasa atau apakah masih ada celah dari beberapa klausa/kalimat iklan yang memenuhi kaidah suatu bahasa berdasarkan fungsi, kategori, dan peran. Secara kasat mata, ada *tagline* iklan rokok yang terlihat memenuhi fungsi subjek, predikat, dan objek, yaitu pada *tagline* “*Pria punya selera*” milik rokok bermerek *Gudang Garam*. Namun, secara kategori dan peran gramatika/sintaksis belum ada yang menganalisis. Hal ini menggugah peneliti untuk melakukan kajian fungsi, kategori, dan peran gramatika terhadap berbagai *tagline* iklan rokok di Indonesia melalui pendekatan sintaksis.

Beberapa penelitian mengenai fungsi, kategori, dan peran gramatikal telah dilakukan sebelumnya. Pertama, penelitian Susandhika et al. (2016) berjudul *Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis dalam Talk Show One “Indonesia Lawyers Club” di TV One*. Tujuan dari penelitian ini untuk memahami fungsi, kategori, peran, dan diagram pohon kategori sintaksis dalam dalam *Talk Show One “Indonesia Lawyers Club” di TV One*. Hasil pembahasannya adalah fungsi sintaksis meliputi subjek, predikat (inti) atau nukleus, dan objek. Kategori subjek dan objek adalah nomina, sedangkan predikat (nukleus) adalah kata kerja atau verba dan kata sifat atau adjektiva, dan peran subjek adalah sebagai pelaku, objek sebagai pasien, dan predikat (nukleus)

menggambarkan aktivitas atau keadaan. Nukleus atau inti kalimat berada di sebelah kanan. Selain itu, diperoleh hasil analisis berupa struktur pohon atau diagram pohon dalam kategorinya.

Selanjutnya, penelitian Wahyuni et al. (2019) berjudul *Analisis Pola, Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis pada Kalimat Tunggal dalam Surat Kabar Harian Kompas*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan pola, fungsi, kategori, dan peran sintaksis pada rubrik opini surat kabar Kompas serta relevansinya dengan pembelajaran bahasa Indonesia di SMP kelas VIII kompetensi dasar 3.2 dan 4.2. Kalimat tunggal yang ditemukan berpola SPO, SPK, dan SPOPeK. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa analisis kalimat berdasarkan (1) fungsi ditemukan: fungsi S berkategori nomina, fungsi P berkategori verba, fungsi O berkategori nomina, fungsi Pe berkategori nomina, fungsi Ke berkategori nomina, (2) berdasarkan peran: fungsi S berperan sebagai pelaku, fungsi P berperan sebagai tindakan dan sandangan, fungsi O berperan sebagai penerima dan tujuan, fungsi Pe berperan sebagai penderita, fungsi Ke berperan sebagai asal tujuan, dan sifat.

Kemudian, penelitian Herpindo et al. (2022) berjudul *Kategori, Fungsi dan Peran Sintaksis Bahasa Indonesia dengan POS Tagging Berbasis Rule dan Probability*. Dalam penelitian tersebut, peneliti menganalisis data gramatikal kategori khususnya pada verba yang belum lengkap yang menduduki fungsi predikat kopulatif, ekuatif, dan eksistensial serta data *Pos Tagging* peran semantik agen dan pasien pada bahasa Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk memprediksi kategori, fungsi, dan peran secara keseluruhan pada tiap kalimat. Hasil dari penelitian ini adalah kalimat baru dari *The corpus ind\_mixed\_2013 Leipzig Corpora* yang telah ditentukan kategori, fungsi dan perannya untuk masing-masing kata. Temuan baru dalam penelitian ini adalah komponen verba (kopulatif, ekuatif dan eksistensial) yang dapat menduduki posisi predikat dalam secara fungsional dan potensi adanya tipologi *ergative* dengan diatesis *ergative* dan anti-pasif setelah diterapkan *rule* dan *probability based* dengan *Pos Tagging*.

Lalu, penelitian Pradestania et al. (2022) berjudul *Analisis Sintaksis: Fungsi, Kategori dan Peran pada Karangan Siswa Kelas V SD dan XI SMA*. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan fungsi, kategori, dan peran sintaksis pada karangan siswa Kelas V SD dan XI SMA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur kalimat pada karangan siswa kelas V SD lebih beragam daripada siswa kelas XI SMA. Struktur fungsi sintaksis tulisan siswa kelas V SD meliputi pola SPO, SPOK, SPOPeK, KSP, KSPO, KSPOPe, SPO Prep SPO. Sementara itu, siswa kelas XI SMA menggunakan pola struktur sederhana yang meliputi pola SPOK, SKPO, SPPe, SPOPe, SPOPeK. Kelas kata yang digunakan siswa kelas V SD dan XI SMA meliputi kelas kata nomina, pronomina, verba, frasa nomina, frasa verba, adverbial, dan adjektiva. Berdasarkan peran kalimat, kedua jenjang pendidikan memiliki persamaan dalam memaknai unsur fungsi kalimat. Unsur makna/peran dalam kedua karangan siswa meliputi pelaku sebagai makna pengisi subjek; aktivitas sebagai makna pengisi predikat; penderita sebagai makna pengisi objek; penderita atau cara sebagai pengisi pelengkap; dan waktu, tempat, cara, atau sebab sebagai pengisi keterangan.

Berdasarkan revidi penelitian sebelumnya, peneliti akhirnya mempunyai kesempatan berkaitan dengan Analisis Sintaksis: Fungsi, Kategori, dan Peran dalam penulisan *tagline* iklan rokok di Indonesia. Secara detail, *gap* penelitian ini meliputi:

1. Memaparkan fungsi, kategori, dan peran sintaksis pada *tagline* iklan rokok yang dipasarkan di Indonesia;

2. Membuktikan struktur bahasa *tagline* iklan rokok memenuhi kaidah struktur sintaksis atau tidak.

## B. LANDASAN TEORI

Analisis sintaksis merupakan cabang dari ilmu linguistik yang mempelajari struktur kalimat. Sebuah kalimat pada dasarnya berupa klausa. Klausa merupakan satuan bahasa yang tingkatannya berada di bawah kalimat dan di atas frasa. Klausa terbentuk dari sekumpulan kata atau frasa yang mempunyai fungsi sintaksis, yaitu adanya subjek dan predikat. Klausa berdasarkan potensinya untuk menjadi kalimat dibagi menjadi dua, yaitu klausa bebas dan klausa terikat (Kridalaksana, 2008:156). Klausa bebas merupakan klausa yang dapat berdiri sendiri dan berpotensi untuk menjadi kalimat tunggal, sedangkan klausa terikat merupakan klausa yang tidak dapat berdiri sendiri dan tidak berpotensi untuk menjadi kalimat tunggal.

Menurut Verhaar (2016), untuk menganalisis kaidah sintaksis sebuah klausa/kalimat dapat dianalisis secara sistematis melalui tiga tingkatan utama, yakni fungsi, kategori, dan peran. Fungsi sintaksis dapat dianggap sebagai suatu tempat kosong yang memuat elemen-elemen kategori dengan peran tertentu. Komponen-komponen dalam fungsi sintaksis mencakup subjek, predikat, objek, pelengkap, dan keterangan. Sementara itu, kategori sintaksis adalah representasi bentuk-bentuk khusus yang mengisi fungsi sintaksis tersebut. Kategori ini mencakup kelas kata seperti nomina, pronomina, verba, adjektiva, adverbial, preposisi, dan sejenisnya. Selanjutnya, peran sintaksis merujuk pada makna semantis yang spesifik yang mengisi fungsi sintaksis, termasuk dalam kategori seperti aktif, pasif, pelaku, benefaktif, dan sebagainya. Penjelasan mengenai masing-masing fungsi, kategori, dan peran sintaksis dijabarkan sebagai berikut ini.

### 1. Fungsi Sintaksis

Verhaar (2016) berpendapat bahwa analisis fungsi bertindak sebagai kotak kosong. Kotak kosong tersebut adalah posisi untuk subjek, predikat, objek, dan keterangan. Kotak-kotak tersebut harus selalu hadir bersama secara linear. Hadir bersama berarti di mana ada subjek, di situ ada predikat dan objek yang selalu menyertainya; sedangkan linear berarti berurutan (Sawardi, 2021). Jadi, kehadirannya harus secara bersama-sama dan berurutan.

Kalimat yang dianalisis adalah kalimat dasar yang lengkap. Lengkap berarti adanya subjek, predikat, objek, dan keterangan. Kalimat dasar tersebut adalah yang berbentuk kalimat aktif, positif, dan kala sekarang (*present*) (Sawardi, 2021). Contohnya adalah sebagai berikut.

|     |            |                 |             |                 |
|-----|------------|-----------------|-------------|-----------------|
| [1] | <i>Ani</i> | <i>memotong</i> | <i>kuku</i> | <i>kemarin.</i> |
|     | subjek     | predikat        | objek       | keterangan      |

Kalimat di atas merupakan sebuah kalimat lengkap karena memiliki semua unsur fungsi-fungsi sintaksis, yaitu subjek (*Ani*), predikat (*memotong*), objek (*kuku*), dan keterangan (*kemarin*). Di antara fungsi-fungsi tersebut, fungsi subjek, predikat, dan objek merupakan fungsi inti, sedangkan keterangan bukan merupakan fungsi inti. Fungsi inti merupakan fungsi yang kehadirannya harus ada karena apabila salah satu dari unsur tersebut lesap, maka kalimat tersebut menjadi kurang berterima. Fungsi predikat sebagai bukan fungsi inti karena apabila kehadirannya dihapuskan maka kalimat tersebut masih berterima.

Subjek, predikat, dan objek merupakan unsur inti dalam sebuah kalimat (Sawardi, 2021). Kehadiran ketiga unsur inti tersebut bersifat wajib dalam kalimat transitif. Apabila salah satu unsur tidak ada, maka kalimat tersebut menjadi dianggap tidak berterima. Dalam analisis sintaksis, sebuah kalimat yang panjang dianalisis berdasarkan unsur klausa-klausanya. Setiap klausa harus memiliki subjek dan predikat. Keberadaan subjek dan predikat tersebut dapat dijelaskan secara eksplisit (bahwa memang ada subjek dan predikat) maupun tidak eksplisit (dari hubungannya dengan klausa lainnya di dalam satu kalimat). Sebagai contoh adalah pada kalimat berikut ini.

[2] *Dita meminum obat kemudian tidur.*

Kalimat [2] terdiri atas dua klausa, yaitu klausa pertama *Dita meminum obat*, dan klausa kedua (*Dita*) *tidur*. Struktur klausa kedua hanya berupa predikat karena subjek dari kedua klausa tersebut adalah sama, sehingga penulisan subjek pada klausa kedua dapat dilesapkan agar tidak terjadi redundansi dalam penulisan sebuah kalimat. Kalimat [2] merupakan contoh dari penulisan kehadiran subjek yang tidak eksplisit, tetapi kehadirannya dapat dijelaskan atau dikendalikan dari klausa pertama (Sawardi, 2021).

Berdasarkan dari kedua contoh tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa subjek adalah sesuatu yang melakukan sebuah aksi, predikat adalah aksinya, dan objek adalah yang diberi perlakuan atas aksi tersebut. Oleh karena itu, kehadiran subjek, predikat, dan objek harus selalu bersama.

## 2. Kategori Sintaksis

Jika analisis fungsi sintaksis digunakan untuk menentukan fungsi dari masing-masing kata atau frasa sebagai subjek, predikat, objek, dan/atau keterangan, maka analisis kategori sintaksis digunakan untuk mengidentifikasi atau menentukan kategori kelas kata dari masing-masing subjek, predikat, objek, dan keterangan. Hal itu perlu untuk dilakukan karena tidak semua kategori kata dapat menduduki masing-masing dari fungsi subjek, predikat, objek, atau keterangan. Analisis kategori sintaksis inilah yang menjadi penting untuk mengidentifikasi atau menentukan kategori kata masing-masing fungsi sintaksis.

Ada empat jenis kata atau kategori kata yang dianggap dasar, yaitu kata benda (nomina), kata kerja (verba), kata sifat (adjektiva), dan adposisi. Masing-masing kategori kata tersebut memiliki perilaku dasar, yaitu menempati fungsi-fungsi tertentu (Sawardi, 2021). Kategori nomina menempati fungsi subjek dan objek, kategori verba menempati fungsi predikat, kategori adjektiva berfungsi menerangkan nomina dan menjadi satu fungsi dengan nominanya, serta adposisi berfungsi menempatkan nomina menjadi fungsi keterangan. Contohnya adalah sebagai berikut.

|           |            |                   |             |                  |
|-----------|------------|-------------------|-------------|------------------|
| [3]       | <i>Ibu</i> | <i>menggoreng</i> | <i>tahu</i> | <i>di dapur.</i> |
| Fungsi:   | subjek     | predikat          | objek       | keterangan       |
| Kategori: | nomina     | verba             | nomina      | adposisi         |

Kalimat [3] telah memenuhi fungsi dan kategori sintaksis. Secara fungsi, *Ibu* memenuhi fungsi subjek, *menggoreng* memenuhi fungsi predikat, *tahu* memenuhi fungsi objek, dan *di dapur* memenuhi fungsi keterangan. Secara kategori, *Ibu* memenuhi kategori nomina, *menggoreng* memenuhi kategori verba, *tahu* memenuhi kategori nomina, dan *di dapur* memenuhi kategori adposisi.

|           |                  |                        |            |
|-----------|------------------|------------------------|------------|
| [4a]      | <i>Bodoh</i>     | <i>telah menyakiti</i> | <i>ku.</i> |
| Fungsi:   | subjek           | predikat               | objek      |
| Kategori: | <b>adjektiva</b> | verba                  | nomina     |

Kalimat [4a] secara kategori tidak menunjukkan adanya struktur yang sesuai dengan kaidah gramatika. Itulah alasan bahwa kaidah gramatika/sintaksis tidak cukup hanya ditentukan atau dirumuskan melalui fungsi sintaksisnya saja. Kategori sintaksis turut menentukan keberterimaan suatu kalimat. Untuk kasus kalimat [4a], apabila ingin menjadikannya sebuah kalimat yang sesuai dengan kaidah gramatika, maka kalimat [4b] berikut ini dapat menjadi alternatif.

|           |                         |                        |            |
|-----------|-------------------------|------------------------|------------|
| [4b]      | <i>(Tindakan) bodoh</i> | <i>telah menyakiti</i> | <i>ku.</i> |
| Fungsi:   | subjek                  | predikat               | objek      |
| Kategori: | <b>nomina</b>           | predikat               | nomina     |

Dengan melakukan analisis seperti pada kalimat [4a], maka akan terlihat bahwa yang sebenarnya menempati fungsi subjek tersebut bukanlah kategori nomina, melainkan kategori yang lain, yaitu kategori adjektiva.

### 3. Peran Semantik

Ternyata, menganalisis fungsi dan kategori sintaksis saja masih belum cukup untuk menilai suatu klausa atau kalimat telah memenuhi kaidah suatu bahasa atau belum. Ada satu analisis lagi yang perlu dilakukan, yaitu analisis peran. Jika analisis fungsi digunakan untuk menentukan fungsi, subjek, predikat, objek, dan keterangan, lalu analisis kategori digunakan untuk menentukan jenis kata/kelas kata/kategori kata untuk setiap fungsi, maka ada satu hal lagi yang perlu diperhatikan, yaitu peran dari setiap kategori kata tersebut dalam memenuhi kategori dan fungsi sintaksis suatu klausa/kalimat. Sebagaimana analisis kategori muncul karena analisis fungsi subjek, predikat, dan objek saja tidak cukup untuk menentukan keberterimaan suatu klausa/kalimat, maka analisis peran juga muncul karena tetap terjadi kegagalan meskipun kategori nomina telah menempati fungsi subjek dan objek, serta kategori verba menempati kategori predikat. Tidak semua kategori nomina berterima untuk menempati fungsi subjek dan objek. Kalimat [5a] dan [5b] berikut ini merupakan contoh kontras antara klausa/kalimat yang berterima dan kurang berterima.

|           |               |                 |               |              |
|-----------|---------------|-----------------|---------------|--------------|
| [5a]      | <i>Ani</i>    | <i>berbisik</i> | <i>kepada</i> | <i>Yura.</i> |
| Fungsi:   | subjek        | predikat        |               | objek        |
| Kategori: | <b>nomina</b> | verba           | preposisi     | nomina       |
| [5a]      | <i>Tembok</i> | <i>berbisik</i> | <i>kepada</i> | <i>Yura.</i> |
| Fungsi:   | subjek        | predikat        |               | objek        |
| Kategori: | <b>nomina</b> | verba           | preposisi     | nomina       |

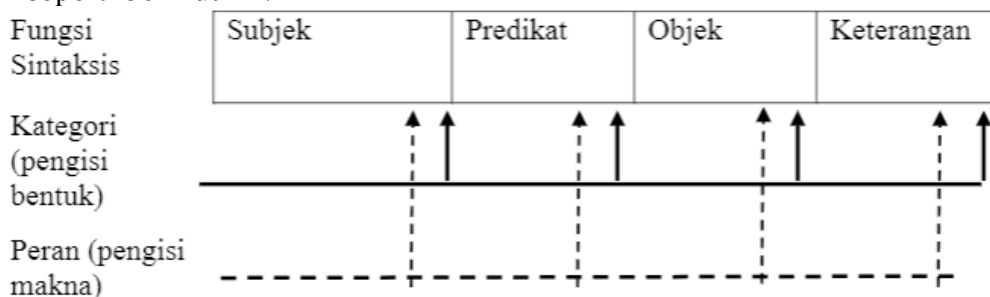
Kedua kalimat [5a] dan [5b] tersebut sama-sama telah memenuhi fungsi dan kategori, dan fungsi serta kategori yang dipenuhi pun sama. Namun, perbedaannya adalah pada nomina yang digunakan untuk memenuhi fungsi subjeknya. Kata *Ani* dan *tembok* sama-sama merupakan nomina. Terdapat kejanggalan pada subjek kalimat [5b] karena sebuah “tembok” merupakan benda tak hidup dan tidak seharusnya bisa melakukan aktivitas yang biasa dilakukan oleh manusia atau makhluk hidup lainnya di kehidupan nyata. Kalimat [5a] sudah pasti gramatikal, begitu juga dengan kalimat [5b], tetapi secara semantik maupun pragmatik belum tentu sesuai.

Beberapa ahli berpendapat bahwa masalah semantik bukan merupakan urusan gramatika, tetapi ada juga model tata bahasa yang memasukkan masalah semantik ke dalam urusan tata bahasa. Kasus pada kalimat [5b] bukan dianggap janggal karena melanggar kaidah-kaidah semantik gramatikal, tetapi peran dari kategori kata yang mengisi fungsinya. Fungsi subjek tidak hanya diisi oleh sebatas nomina saja, tetapi nomina yang memiliki ciri semantis tertentu yang dapat menjalankan peran semantisnya (Sawardi, 2021). Secara umum, predikat *berbisik* membutuhkan partisipan berupa pelaku (agentif) sebagai subjek. Salah satu ciri agentif adalah ‘memprakarsai/mengontrol suatu pekerjaan/kegiatan/tindakan’ (Sawardi, 2021). Untuk kasus kalimat [5a] dan [5b], ciri agentifnya adalah ‘memprakarsai/mengontrol pekerjaan/kegiatan *berbisik*’. Oleh karena itu, secara umum, hanya kategori nomina yang bernyawa saja yang dapat mengisi atau menempati fungsi subjek untuk predikat *berbisik*. Sehingga, dalam kaidah ini, tidak sembarang nomina boleh menempati fungsi subjek. Dalam dunia/kehidupan nyata, subjek untuk predikat *berbisik* hanya ditempati oleh nomina bernyawa saja.

Pelaku (agentif) merupakan sebuah peran dari sebuah/seorang partisipan di dalam sebuah kalimat. Sederhananya, peran merupakan hubungan antara prediktor dengan nomina (Kridalaksana dalam Manullang, 2023). Dalam analisis peran, dikenal berbagai peran sintaksis yang mendasar. Peran dibagi menjadi dua, yaitu peran konstituen pusat dan peran konstituen pendamping (Kridalaksana dalam Manullang, 2023). Peran konstituen pusat mengisi fungsi predikat, terdiri dari peran aktif, pasif, resiprokal, dan refleksi. Sementara itu, peran konstituen pendamping mengisi fungsi subjek, objek, dan keterangan, terdiri dari peran agentif, objektif, reseptif, benefaktif, faktor, target, lokatif, kompanional, instrumental (Kridalaksana dalam Manullang, 2023). Masing-masing dari peran tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1. *Peran aktif* merupakan peran yang menyatakan kegiatan aktif. Contoh: *Rudi membuang sampah*.
2. *Peran pasif* merupakan peran yang menyatakan kegiatan pasif. Contoh: *Sampah itu dibuang oleh Rudi*.
3. *Peran resiprokal* merupakan peran yang menyatakan timbal-balik atau makna saling. Contoh: *Kami saling menceritakan kisah masa lalu kami*.
4. *Peran refleksi* merupakan peran yang menyatakan kegiatan yang dilakukan atau dimanfaatkan untuk diri sendiri. Contoh: *Aku telah mandi tadi pagi*.
5. *Peran agentif* merupakan peran yang melakukan kegiatan atau perbuatan yang memprakarsai suatu kejadian. Contoh: *Sisca menggendong anaknya*.
6. *Peran objektif* merupakan peran yang diberi perlakuan (objek). Contoh: *Ridha memotong sayur*.
7. *Peran reseptif* merupakan peran yang menyatakan subjek mengalami keadaan psikologis dari predikat. Contoh: *Sarah jatuh tersungkur*.
8. *Peran benefaktif* merupakan peran yang melakukan kegiatan yang dilakukan untuk orang lain atau peran yang diuntungkan. Contoh: *Tante Dora membelikan keponakannya baju*.
9. *Peran faktor* merupakan peran yang menyatakan faktor/sebab. Contoh: *Tumpukan bata itu menghalangi pintu*.
10. *Peran target* merupakan peran yang menyatakan target/sasaran yang hendak dicapai dari suatu tindakan. Contoh: *Lina berlari sampai garis finish*.
11. *Peran lokatif* merupakan peran yang menunjukkan tempat. Contoh: *Aku kuliah di UNS*.
12. *Peran kompanional* merupakan peran yang menyatakan kesertaan. Contoh: *Scarlet belajar bersama Natasha*.
13. *Peran instrumental* merupakan peran yang menyatakan alat. Contoh: *Rihanna mencuci baju menggunakan mesin cuci*.

Apabila salah satu dari peran tersebut berhasil dipenuhi oleh suatu kata berdasarkan fungsi, kategori, dan peran yang sesuai, maka suatu klausa/kalimat telah memenuhi kaidah gramatika suatu bahasa. Secara skematis, hubungan antara analisis fungsi, kategori, dan peran digambarkan seperti berikut ini.



Gambar 1. Hubungan Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis (Verhaar dalam Pradestania et al. (2022))

### C. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2018) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada



filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menganalisis data temuannya. Menurut Sudaryanto (2015) penelitian dengan menggunakan teknik deskriptif dalam ranah kebahasaan adalah penelitian yang tidak melakukan perubahan data dalam analisisnya, melainkan dilakukan dengan cara menguraikan dan menjabarkan datanya oleh peneliti itu sendiri. Kemudian, sumber data temuan dalam penelitian ini termasuk ke dalam bagian data primer. Selanjutnya, setelah mendefinisikan data akan berkaitan juga dengan sumber data yang menjadi objek utama dalam analisisnya.

Menurut Sudaryanto (2015:203) metode simak atau penyimakan dilakukan dengan menyimak, yaitu menyimak penggunaan bahasa. Kemudian menggunakan teknik catat sebagai teknik lanjutan dari metode simak. Teknik catat menurut Sudaryanto (2015:205) dapat dilakukan pencatatan pada data yang segera dilanjutkan dengan klasifikasi. Selaras dengan hal tersebut, metode penyediaan data penelitian ini melalui sebuah proses yaitu *library research*. Proses tersebut dilakukan melalui mempelajari tulisan yang berhubungan dengan objek penelitiannya. Hal ini karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai fungsi, kategori, dan peran gramatika pada *tagline* iklan rokok.

Data dalam penelitian ini termasuk menjadi kategori *primary data*. Hal ini dikarenakan teknik pengumpulan datanya secara langsung tanpa perantara melalui orang lain. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode simak.

Kemudian, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode agih. Menurut Sudaryanto (2015:18) metode agih adalah metode analisis data yang menggunakan alat penentu dari bahasa yang bersangkutan. Metode agih digunakan untuk menganalisis bentuk kebahasaan. Metode lanjutan yang dipakai pada teknik agih yaitu teknik sisip. Menurut Sudaryanto (2015:43) teknik sisip dilaksanakan dengan menyisipkan unsur tertentu di antara unsur-unsur lingual yang ada. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis tersebut. Namun, teknik sisip tidak digunakan untuk menyempurnakan suatu kalimat, melainkan untuk menunjukkan bagaimana umumnya atau seharusnya kalimat itu dituliskan. Kemudian, teknik selanjutnya merupakan teknik lesap, menurut Sudaryanto (2015:43) teknik lesap merupakan teknik yang dilaksanakan dengan cara melepas unsur tertentu dari satuan lingualnya. Selanjutnya, teknik ganti dilaksanakan dengan mengganti unsur tertentu satuan lingual yang bersangkutan dengan unsur tertentu yang lain Sudaryanto (2015:43). Selanjutnya, dalam penelitian ini juga menggunakan teknik perluasan. Teknik perluas (ekspansi) adalah teknik memperluas satuan lingual tertentu (yang dikaji atau yang dibahas) dengan unsur satuan lingual tertentu baik perluasan ke kiri atau ke kanan. Perluasan hanya ada dua macam, yaitu ke kiri (ke depan) atau ke kanan (ke belakang). Kegunaan teknik perluas adalah untuk menentukan segi-segi kemaknaan (aspek semantik) satuan lingual tertentu Sudaryanto (2015:70).

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan beberapa *tagline* iklan rokok di Indonesia yang akan dianalisis dalam penelitian ini.

1. *Pria punya selera (Gudang Garam)*  
Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=AX\\_sTn07ymY](https://www.youtube.com/watch?v=AX_sTn07ymY)
2. *Rasanya super (Djarum Super)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=qnnScX67iHA>
3. *Rise and shine (Surya)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=KoEokvJG9Jo>
4. *Anugerah alam Indonesia (Djarum Coklat)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=TOA2D8Undo>
5. *Go ahead (A Mild)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=e4nng-6x1Qo>
6. *Love yourself (Esse Change)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=4XpdkLCTqD0>
7. *Beyond the ordinary (Camel)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=U44ZY98Wlmk>
8. *Taste the new experience (Djarum Super Mild)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=BZYd5NrYGIU>
9. *Hidup gue cara gue (Apache)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=SXCNDa2rmvU>
10. *Teman yang asyik (Sampoerna Hijau)*  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=xYKogJejpNk>

Sesuai dengan Gambar 1. Hubungan Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis (Verhaar dalam Pradestania et al. (2022) di atas, maka pembahasan dari masing-masing temuan tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1) Data 1 (*Pria punya selera*)

| <i>Pria</i> |         | <i>punya</i> |       | <i>selera</i> |          |
|-------------|---------|--------------|-------|---------------|----------|
| subjek      |         | predikat     |       | objek         |          |
| kategori    | peran   | kategori     | peran | kategori      | peran    |
| nomina      | agentif | verba        | aktif | nomina        | objektif |

Data 1 menunjukkan bahwa *tagline* tersebut, Garam (2023) memenuhi fungsi, kategori dan peran sintaksis. Kata *pria* memenuhi fungsi subjek, kategori nomina, dan peran agentif. Lalu, kata *punya*, meskipun secara penulisan EYD (ejaan yang disempurnakan) bahasa Indonesia seharusnya dituliskan sebagai *mempunyai*, namun kata *punya* memenuhi fungsi predikat, kategori verba, dan peran aktif. Selanjutnya, kata *selera* memenuhi fungsi objek, kategori nomina, dan peran objektif. Akhirnya, **Data 1** merupakan data *tagline* iklan rokok Indonesia pertama yang ditemukan memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, yaitu bahasa Indonesia.

### 2) Data 2 (*Rasanya super*)

| <i>Rasanya</i> |          | <i>super</i> |            |
|----------------|----------|--------------|------------|
| subjek         |          | predikat     |            |
| kategori       | peran    | kategori     | peran      |
| nomina         | reseptif | adjektiva    | predikatif |

Data 2 menunjukkan bahwa kata *rasanya* TV (2023) memenuhi fungsi subjek dan kategori nomina, tetapi peran reseptif subjek masih perlu dianalisis lagi keberterimaannya. Subjek *rasanya* diikuti oleh adjektiva *super*. Adjektiva *super* berarti “lebih dari yang lain; luar biasa, istimewa” (Bahasa, 2016). Tidak ada spesifikasi tentang pengguna seharusnya untuk adjektiva *super*, sehingga adjektiva *super* dapat terjadi pada nomina bernyawa maupun tak bernyawa. Oleh karena itu, subjek *rasanya* menjadi berterima untuk memenuhi peran reseptif. Selanjutnya, di dalam sebuah kalimat, kata adjektiva dapat memenuhi kategori predikat karena kata adjektiva bersifat predikatif (dapat menjadi predikat) (Akhyatussyifa et al., 2023). Sehingga, kata *super* memenuhi fungsi predikat, kategori adjektiva, dan peran predikatif. Kesimpulannya, **Data 2** merupakan data *tagline* iklan rokok Indonesia kedua yang ditemukan memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, yaitu bahasa Indonesia.

### 3) Data 3 (*Rise and shine*)

| <i>Rise</i>    |             | <i>and</i> |             | <i>shine</i> |       |
|----------------|-------------|------------|-------------|--------------|-------|
| ( <i>You</i> ) | <i>rise</i> | <i>and</i> |             | <i>shine</i> |       |
| (subjek)       | predikat    | konjungsi  |             | predikat     |       |
| kategori       | peran       | kategori   | peran       | kategori     | peran |
| verba          | aktif       | konjungsi  | kompanional | verba        | aktif |

Data 3 merupakan kalimat imperatif (perintah). Untuk menganalisis kalimat tersebut (Garam, 2023a), maka penulisannya diubah menjadi kalimat pernyataan dengan menggunakan teknik analisis perluasan. Apabila penulisannya menjadi kalimat pernyataan, kalimat tersebut dapat dituliskan menjadi (*You*) *rise and shine*; teknik perluasan ke kiri. Terdapat kata *you* yang lesap karena kalimat imperatif sudah jelas ditujukan kepada *you* dan kemudian menjadi kalimat imperatif. Meskipun lesap, kata *you* sudah dipastikan merupakan subjek dari kalimat tersebut. Selanjutnya, kata *rise* dan *shine* masing-masing telah memenuhi fungsi predikat, kategori verba, dan peran aktif. Lalu, kedua predikat tersebut disambungkan oleh sebuah kategori konjungsi *and*

yang memiliki fungsi konjungsi, kategori konjungsi, dan peran kompanional. Sehingga Data 3 tetap berterima karena merupakan kalimat imperatif. Akhirnya, **Data 3** menjadi data *tagline* rokok di Indonesia ketiga yang memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, yaitu bahasa Inggris.

#### 4) Data 4 (*Anugerah alam Indonesia*)

| <i>Anugerah</i> |          | <i>alam Indonesia</i>        |              |                       |         |
|-----------------|----------|------------------------------|--------------|-----------------------|---------|
| <i>Anugerah</i> |          | <i>(milik/yang dimiliki)</i> |              | <i>alam Indonesia</i> |         |
| objek           |          | predikat                     |              | subjek                |         |
| kategori        | peran    | kategori                     | peran        | kategori              | peran   |
| nomina          | objektif | verba                        | <i>pasif</i> | nomina                | agentif |

Data 4 merupakan data yang menunjukkan fenomena kalimat atau klausa lain. Hanya dituliskan sebagai "*Anugerah alam Indonesia*" (C. TV, 2023), kalimat atau klausa atau bahkan frasa tersebut mengalami suatu ketaksaan. Menurut Andriani & Husni (2021), kalimat atau klausa tersebut memiliki makna "anugerah yang dimiliki oleh alam Indonesia". Tanpa menyisipkan kata *milik/yang dimiliki*, pembaca awam akan sulit memahami kalimat tersebut. Kalimat tersebut akan dianggap sebuah frasa (*anugerahnya alam Indonesia*). Tanpa penyisipan kata *milik/yang dimiliki* tersebut pula, fungsi untuk kata *anugerah* sulit untuk didefinisikan sebagai subjek atau objek, begitu juga dengan fungsi untuk frasa *alam Indonesia* pun juga akan sulit untuk didefinisikan sebagai subjek atau objek. Karena fungsi dari kedua unsur tersebut sulit untuk didefinisikan, sehingga peran dari kedua unsur tersebut juga sulit untuk didefinisikan, meskipun kedua unsur tersebut sama-sama memenuhi kategori nomina.

Mungkin tidak semua pembaca awam mengalami kesulitan dalam memahami kalimat tersebut, namun tetap saja ada pembaca yang mengalami kesulitan. Hal itu berarti bahwa makna tersebut harus diinterpretasikan dengan menonton video singkat iklan yang mengakomodasi *tagline* iklan rokok tersebut. Tanpa menonton iklan tersebut, hanya dengan membaca klausa/kalimat tersebut, pembaca bisa saja memahami hal lain bahwa kata *anugerah* menjadi sesuatu yang berasal "dari" *alam Indonesia*. Kata "dari" tidak selalu berarti "milik". Selain itu, siapa yang akan menyangka (bukan sebuah ketidakmungkinan) bila seseorang bisa saja memaknai klausa/kalimat tersebut dengan "*anugerah untuk alam Indonesia*" atau "*anugerah dari alam untuk Indonesia*". Oleh sebab itu, kaidah gramatika suatu bahasa hadir untuk mencegah suatu ketaksaan (Muyassaroh, 2020). Sehingga, ketidakhadiran sebuah unsur inti (dalam kasus ini merupakan ketidakhadiran unsur predikat) dapat menimbulkan ketaksaan. Selain itu, kaidah struktur sintaksis mengharapkan kehadiran subjek dan predikat secara bersamaan. Oleh karena itu, Data 4 belum memenuhi kaidah gramatika suatu bahasa, yaitu bahasa Indonesia.

### 5) Data 5 (*Go ahead*)

| <i>Go ahead</i> |                 |              |
|-----------------|-----------------|--------------|
| <i>(You)</i>    | <i>go ahead</i> |              |
| subjek          | predikat        |              |
|                 | <b>kategori</b> | <b>peran</b> |
|                 | frasa verba     | aktif        |

Data 5 (Lesmana, 2019) merupakan kalimat imperatif. Seperti pada Data 3, untuk mengidentifikasi subjek pada kalimat imperatif adalah dengan mengubahnya menjadi kalimat pernyataan menjadi “*(You) go ahead*”. Fungsi subjek telah dipenuhi oleh kata *you* meskipun lesap karena merupakan sebuah kalimat imperatif, lalu fungsi predikat dipenuhi oleh frasa *go ahead*. Frasa *go ahead* selain memenuhi fungsi predikat juga memenuhi kategori frasa verba dan peran aktif. Oleh karena itu, **Data 5** merupakan data *tagline* iklan rokok Indonesia keempat yang memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, yaitu bahasa Inggris.

### 6) Data 6 (*Love yourself*)

| <i>Love</i>  |                 | <i>yourself</i> |                 |              |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|
| <i>(You)</i> | <i>love</i>     | <i>yourself</i> |                 |              |
| (subjek)     | predikat        | objek           |                 |              |
|              | <b>kategori</b> | <b>peran</b>    | <b>kategori</b> | <b>peran</b> |
|              | verba           | aktif           | nomina          | objektif     |

Sama seperti Data 3 (Yourself, 2023), Data 6 merupakan kalimat imperatif (perintah). Untuk mengetahui subjek dari kalimat imperatif, maka kalimat imperatif dapat diubah menjadi kalimat pernyataan. Data 6 diubah menjadi kalimat pernyataan dengan menggunakan teknik perluasan ke kiri, menjadi “*(You) love yourself*”. Kata *you* lesap atau tidak dituliskan karena memang kalimat aslinya berbentuk imperatif. Kata *love* memenuhi fungsi predikat, kategori verba, dan peran aktif. Selanjutnya, kata *yourself* memenuhi fungsi objek, kategori nomina, dan peran objektif. Sekali lagi, meskipun subjek lesap, namun karena Data 6 merupakan kalimat imperatif (perintah) seperti pada Data 3, maka Data 6 tetap berterima karena kata *love* dan

*yourself* telah memenuhi fungsi, kategori, dan peran yang tepat. Sehingga, **Data 6** menjadi data *tagline* iklan rokok Indonesia kelima yang memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, yaitu bahasa Inggris.

### 7) Data 7 (*Beyond the ordinary*)

| <i>Beyond</i> |       | <i>the ordinary</i> |       |
|---------------|-------|---------------------|-------|
| preposisi     |       | objek               |       |
| kategori      | peran | kategori            | peran |
| preposisi     |       | nomina              |       |

Data 7 (Bentennyson\_fandom10., 2023) menunjukkan bahwa sekumpulan kata tersebut merupakan frasa, bukan klausa maupun kalimat. Mungkin bisa saja merupakan sebuah klausa terikat atau klausa relatif, namun induk kalimat tidak dituliskan; dengan kata lain harus menonton video iklan terlebih dahulu untuk memaknai klausa induk dan klausa terikat. Sehingga, Data 7 menimbulkan ketaksaan. Secara kaidah memang tidak ada kesalahan dalam penulisan (tidak ada kesalahan gramatikal), namun Data 7 bukan merupakan struktur sintaksis yang mengharapkan kehadiran subjek dan predikat. Oleh karena itu, Data 7 belum memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, yaitu bahasa Inggris.

### 8) Data 8 (*Taste the new experience*)

| <i>Taste</i> |              | <i>the new experience</i> |          |
|--------------|--------------|---------------------------|----------|
| <i>(You)</i> | <i>taste</i> | <i>the new experience</i> |          |
| (subjek)     | predikat     | objek                     |          |
| kategori     | peran        | kategori                  | peran    |
| verba        | aktif        | nomina                    | objektif |

Data 8 Races (2023) juga merupakan kalimat imperatif (perintah). Kalimat imperatif (perintah) tetap mempunyai subjek meskipun keberadaannya dilesapkan. Subjek untuk kalimat bahasa Inggris merupakan kata *you* karena merupakan perintah dari seseorang (O1) kepada mitra tuturnya (O2). Dipastikan bahwa kata *you* merupakan subjek dari kalimat Data 8, maka kata *taste* merupakan predikat dan *taste the new experience* merupakan objek. Kata *taste* selain telah memenuhi fungsi predikat juga telah memenuhi kategori verba dan peran aktif, begitu juga dengan frasa *the new experience* selain telah memenuhi fungsi objek juga telah memenuhi kategori

nomina dan peran objektif. Sehingga, **Data 8** menjadi data *tagline* iklan rokok Indonesia keenam yang memenuhi kaidah gramatika suatu bahasa, yaitu bahasa Inggris.

### 9) Data 9 (*Hidup gue cara gue*)

| <i>Hidup gue</i> |              | <i>cara gue</i>                                |  |                 |              |
|------------------|--------------|--|--|-----------------|--------------|
| <i>Hidup gue</i> |              | <i>(adalah / tergantung / bergantung pada)</i> |  | <i>cara gue</i> |              |
| subjek           |              | predikat                                       |  | objek           |              |
| <b>kategori</b>  | <b>peran</b> |  |  | <b>kategori</b> | <b>peran</b> |
| nomina           | reseptif     |  |  | nomina          | target       |

Data 9 Channel (2019) tidak menunjukkan adanya predikat dalam kalimat maupun klausa. Pelepasan unsur predikat untuk kalimat tersebut dapat menimbulkan sebuah ketaksaan juga. Adam et al. (2019) menyatakan bahwa *tagline* tersebut menggambarkan seseorang yang memiliki cara atau gaya hidup sendiri tanpa mengikuti aturan atau standar dari orang lain. Namun, tetap saja pelepasan dari predikat tersebut menyebabkan ketaksaan karena berbeda predikat dapat menimbulkan makna yang berbeda pula. Predikat merupakan poros/inti sebuah klausa/kalimat; pendeskripsian suatu kalimat/klausa berangkat dari predikat (verba) (Sawardi, 2021). Penyisipan predikat *adalah* membuat frasa *hidup gue* berfungsi sebagai subjek dan *cara gue* sebagai objek, namun penyisipan predikat *tergantung* membuat frasa *hidup gue* berfungsi sebagai objek dan *cara gue* sebagai subjek. Bisa jadi juga pembaca awam memaknainya sebagai sebuah imperatif, “Hidup gue! Cara gue!”; segala kemungkinan dapat terjadi, oleh sebab itu harus dituliskan dengan jelas. Oleh karena lesap nya unsur predikat dari Data 9 menimbulkan ketaksaan, maka Data 9 belum memenuhi kaidah gramatika suatu bahasa, yaitu bahasa Indonesia.

### 10) Data 10 (*Teman yang asyik*)

|                 |              |                   |              |
|-----------------|--------------|-------------------|--------------|
| <i>Teman</i>    |              | <i>yang</i>       | <i>asyik</i> |
| <i>Teman</i>    |              | <i>yang asyik</i> |              |
| subjek          |              | predikat          |              |
| <b>kategori</b> | <b>peran</b> | <b>kategori</b>   | <b>peran</b> |
| nomina          | reseptif     | frasa adjektiva   | predikatif   |

Data 10 Rokok (2015) memiliki unsur *teman* yang berfungsi sebagai subjek, dan *yang asyik* yang berfungsi sebagai predikat. Kata *teman* memenuhi kategori nomina dan peran reseptif, sedangkan predikat *yang asyik* memenuhi kategori frasa adjektiva dan memenuhi peran predikatif karena frasa adjektiva tersebut mengandung kata berkategori adjektiva yang bersifat predikatif (dapat menjadi predikat). Sehingga, **Data 10** menjadi data *tagline* iklan rokok Indonesia ketujuh yang memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, yaitu bahasa Indonesia.

Dari kesepuluh data yang telah dijabarkan, terdapat tujuh (7) data *tagline* iklan rokok di Indonesia yang memenuhi kaidah gramatika/sintaksis suatu bahasa, baik dalam bahasa Indonesia maupun dalam bahasa Inggris, yaitu Data 1, 2, 3, 5, 6, 8, dan 10. Begitupun dengan data *tagline* iklan rokok di Indonesia yang tidak atau belum memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris, juga ditemukan, yaitu pada Data 4, 7, dan 9.

Dari hasil analisis di atas, dapat diselaraskan dengan penelitian-penelitian terdahulu bahwa analisis sintaksis berdasarkan fungsi, kategori, dan peran dapat dilakukan dan diungkap pada kalimat non-formal. Fungsi subjek, predikat, dan objek tetap ditemukan dalam beberapa fenomena. Lalu, kategori yang ditemukan (1) menduduki fungsi subjek adalah kategori nomina, (2) menduduki fungsi predikat adalah kategori verba, adjektiva, frasa verba, dan frasa adjektiva, serta (3) menduduki fungsi objek adalah kategori objektif. Kemudian, peran yang ditemukan mengisi (1) fungsi subjek kategori nomina adalah peran agentif dan reseptif, (2) fungsi predikat kategori verba dan frasa verba adalah peran aktif, sedangkan pada fungsi predikat kategori adjektiva dan frasa adjektiva adalah peran predikatif, (3) fungsi objek kategori nomina adalah peran objektif. Fungsi, kategori, dan peran tersebut tetap dipatuhi oleh beberapa *tagline* iklan rokok di Indonesia, namun ada juga beberapa *tagline* yang tidak menggunakan struktur sintaksis suatu bahasa.

#### D. PENUTUP

Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa ada beberapa kalimat atau klausa dalam *tagline* iklan rokok (bahasa non-formal) yang tetap memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa (dalam penelitian ini adalah pada bahasa Indonesia dan bahasa Inggris). Kalimat *tagline* yang memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa yang ditemukan dalam penelitian ini adalah fungsi subjek dan predikat (utamanya), serta fungsi objek. Fungsi subjek yang ditemukan dalam penelitian ini diduduki oleh kategori nomina serta peran agentif dan reseptif. Selanjutnya, fungsi predikat diduduki oleh kategori verba, adjektiva, frasa verba dan frasa adjektiva, serta peran yang ditemukan adalah peran aktif dan predikatif. Lalu, fungsi objek diisi oleh kategori nomina, serta peran dipenuhi oleh peran objektif.

Akhirnya, dapat disimpulkan bahwa tidak semua *tagline* iklan rokok tidak memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa, namun ada juga *tagline* yang memenuhi kaidah sintaksis suatu bahasa; meskipun terdapat penulisan kata tidak baku dalam *tagline* iklan rokok di Indonesia. Namun, fokus pada penelitian ini adalah pada fungsi, kategori, dan peran saja, bukan pada pemilihan kata baku dan tidak baku. Peneliti selanjutnya mungkin dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperhatikan pemilihan kata (diksi) kata baku dan/atau tidak baku pada suatu kaidah tata bahasa.



### DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R., Pakasi, J. H., & Kalangi, L. M. V. (2019). Gaya Bahasa Slogan Iklan Rokok di Televisi. *Kajian Linguistik*, 7(2), 1–11. <https://doi.org/10.35796/kaling.7.2.2019.28223>
- Akhyatussyifa, U., Anwar, A. A.-Z., Rosyada, A., Fitroh, A., Utomo, A. P. Y., & Nugraheni, M. W. (2023). Analisis Fungsi, Peran, dan Kategori Sintaksis pada Teks Cerita dalam Buku Ajar Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP Kurikulum Merdeka. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(1), 111–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v1i2.504>
- Andriani, & Husni. (2021). Makna Kontekstual Bahasa Iklan Rokok Di Televisi. *Deiktis: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 1(2), 205–214. <https://doi.org/10.46244/visipena.v4i1.90>
- Bahasa, B. (2016). *Hasil Pencarian - KBBI Daring*. KBBI Kemdikbud. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/super> pada tanggal 7 Januari 2024
- Bentennyson\_fandom10\_.. (2023). *RCTI HD - Iklan Let's Camel: #BeyondTheOrdinary (2023-2024) [45s]*. <https://www.youtube.com/watch?v=U44ZY98Wlmk>
- Channel, A. (2019). *Iklan Rokok Apache 2019*. <https://www.youtube.com/watch?v=SXCNDa2rmvU>
- Garam, G. (2023a). *Surya TVC - Rise and Shine*. <https://www.youtube.com/watch?v=KoEokvJG9Jo>
- Garam, G. (2023b). *TVC Gudang Garam Filter International 2023 – The Greatest Choice (60s)*. sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=AX\\_sTn07ymY%0A](https://www.youtube.com/watch?v=AX_sTn07ymY%0A)
- Herpindo, Wijayanti, A., Shalima, I., & Ngestrini, R. (2022). Kategori, Fungsi, dan Peran Sintaksis Bahasa Indonesia dengan PoS Tagging Berbasis Rule dan Probability. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 8(1), 51–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/kembara.v8i1.18602>
- Karim, A. (2019). Pengaruh Tagline Iklan Versi “Axis Hits Bonus” dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Kartu Axis (Studi pada Mahasiswa STIE AMKOP Makassar). *Movere Journal*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.53654/mv.v1i1.28>
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Lesmana, R. (2019). *Iklan a Mild 2014 HD Versi Danau, Go Ahead Commercial 2014 Lake Version*. <https://www.youtube.com/watch?v=e4nng-6x1Qo>
- Manullang, C. (2023). *Analisis Valensi Verba pada Novel “Laskar Pelangi” Karya Andrea Hirata dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia [Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar Medan]*. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/9759>
- Muyassaroh. (2020). Pemartabatan Bahasa Indonesia melalui Pemakaian Kalimat Bahasa Indonesia Standar Mahasiswa dan Dosen IAIN Tulungagung. *BELAJAR BAHASA: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(1), 91–110. <https://doi.org/10.32528/bb.v5i1.3031>
- Pradestania, K. A., Aulia Umami, S., & Sumarlam. (2022). Analisis Sintaksis: Fungsi, Kategori dan Peran pada Karangan Siswa Kelas V SD dan XI SMA. *Prodising Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SIMANTIKS)*, 4, 606–614. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>
- Races, Y. 16 P. (2023). *NEW! Djarum Super MLD Fresh Cola - Taste The New Experience [All Version Clip Video] (2023)*. <https://www.youtube.com/watch?v=BZYd5NrYGIU>
- Rokok, I. (2015). *Sampoerna Hijau - Panas*. <https://www.youtube.com/watch?v=xYKogJejpNk>

- Sawardi, F. X. (2021). *Pengantar Ilmu Sintaxis*. UNS Press.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Susandhika, I. G. N. M., Laksana, I. K. D., & Suparwa, I. N. (2016). Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis Dalam Talk Show One “Indonesia Lawyers Club” di TV One. *Linguistika: Buletin Ilmiah Program Magister Linguistik Universitas Udayana*, 23(44), 20–36. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/linguistika/article/view/22660>
- TV, C. (2023). *Jingle Djarum Coklat 2023 - Mustache And Beard & Sabrina Sameh*. <https://www.youtube.com/watch?v=TOA2D8Undo>
- TV, S. (2023). *Djarum Super - Mixologist Full Version (2023)*. <https://www.youtube.com/watch?v=qnnScX67iHA>
- Verhaar, J. W. M. (2016). *Asas-Asas Linguistik Umum*. Gadjah Mada University Press.
- Wahyuni, R. T., Darmuki, A., & Hasanudin, C. (2019). Analisis Pola, Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis pada Kalimat Tunggal dalam Surat Kabar Harian Kompas. *Jurnal Bahtera: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 12(6), 659–670.
- Yourself, E. L. (2023). (2023) *ESSE CHANGE - Space Edition*. <https://www.youtube.com/watch?v=4XpdkLCTqD0>