

# BAHASA DALAM MEDIA AUDIOVISUAL

Dian Permanasari<sup>1)</sup>, Nani Angraini<sup>2)</sup>

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP PGRI Bandar Lampung<sup>1)2)</sup>

[permanadianazka@gmail.com](mailto:permanadianazka@gmail.com)<sup>1)</sup> : [anggraininani767@gmail.com](mailto:anggraininani767@gmail.com)<sup>2)</sup>

---

---

## ABSTRAK

Variasi bahasa ditentukan oleh konteks. Ragam tulis dan lisan memiliki konvensi struktur yang tidak sama. Ragam bahasa pada media audiovisual memiliki karakteristik baik secara stigmatik maupun para dignatik. Struktur sintakmatik tampak pada penghilangan segmen, penghalus, penghubung logika, serta terdapatnya identifikasi nomina. Wacana tidak kohesif media audiovisual dapat diinterpretasikan melalui upaya koheren; interpretasi lokal, analogi, inferensi dan konteks.

Kata-kata kunci: bahasa, variasi bahasa, media audiovisual

## ABSTRACT

Language variation is determined by context. The written and spoken varieties have different structural conventions. The variety of languages in audiovisual media has characteristics both stigmatically and dynamically. The syntactic structure can be seen in the omission of segments, smoothing, logical linking, and the identification of nouns. Incohesive discourse in audiovisual media can be interpreted through coherent efforts; local interpretation, analogy, inference and context.

Keywords: language, language variation, audiovisual media

## PENDAHULUAN

Bahasa adalah cermin masyarakat. Manusia selalu mengembangkan akal budinya. kedinamisan ditandai dengan hasil budayanya, dari segala aspek kehidupan setapak demi setapak dari abad ke abad manusia tidak berhenti merubah, menambah, dan menginovasi. Dari mulai zaman transisi sampai zaman modernisasi bahkan di era globalisasi perubahan besar di bidang teknologi telekomunikasi dapat mengubah segalanya, Waktu dan ruang tidak lagi dibatasi, yang tadinya luas dan lama sekarang menjadi menjadi sempit dan cepat. Manusia diciptakan dan diberi kemampuan menyesuaikan dengan lingkungannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Dhania, Anam, & Awalludin (2019:122), setiap manusia memiliki keterampilan, di mana keterampilan yang baik diperoleh dari sebuah proses pembelajaran. Manusia dapat mempelajari sebuah system, bahkan manusia dimuliakan oleh sang pencipta secara tak sadar dapat melahirkan sebuah system bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi. Oleh sebab itu, bahasa memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, karena bahasa merupakan alat untuk menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain (Awalludin & Nilawijaya, 2020:65).

Bahasa ternyata bukan hanya sebuah rangkaian unit unit yang bisa dilepas bebas dari jangkarnya, tetapi di setiap unit berelasi secara sintagmatig dan membentuk struktur yang konsisten dan berulang. Konvensi struktur secara ketat pada satu sisi tidak boleh dilanggar, misalnya pada wacana teks dari mulai identifikasi kata sampai kaidah struktur harus dipatuhi, namun sebaliknya wacana dalam audio visual kaidah sintakmatig dianggap membelenggu ekspresi penulis atau pembicara, penulis tidak peduli dengan tatanan frase maupun kalimat, Pilihan kata dalam proses paradigmatis tidak sebatas menyampaikan pesan, tetapi lebih merupakan strategi yang diandalkan, disamping itu teknik lain ditekankan pada daya persuasi dengan menggunakan berbagai upaya koheren (Brown dan Yule, 2000:26).

Reaksi-reaksi terhadap stimulus akan melalui proses proses persyaratan (conditioning), artinya dari satu rangsangan dapat dipindahkan ke yang lain (Severin, 2005). Proses persyaratan

adalah suatu teknik yang sering dikembangkan dalam komunikasi verbal maupun non verbal. Pada dasarnya merumuskan pernyataan menarik atau pernyataan yang dapat merangsang emosi tidak bisa dilihat dari struktur atau kaidah yang berlaku dalam bahasa, dan tidak juga oleh panjang pendeknya pernyataan. Bahasa yang dianggap dapat mempengaruhi sentiment seseorang atau persuasi lebih ditekankan pada keterkaitan dengan persepsi seseorang, Sedangkan persepsi itu sendiri ditentukan oleh faktor intern maupun ekstern (Sobur, 2003:18). Bahasa sebagai lambang yang berupa sistem dan berfungsi sebagai sarana interaksi sosial dapat dikatakan sebagai stimulus yang harus memiliki daya persuasi. Semata mata sifat stimuli tidak hanya mengandalkan kerumitan dalam menata pola sistem atau pola ortografis, tetapi juga ditentukan oleh (bagaimana pernyataan dikemas sebagai stimuli yang mengikuti persepsi selektif seseorang).

Penyampaian pesan melalui media elektronik yang dibatasi oleh ruang dan waktu cenderung disampaikan secara singkat, namun demikian diharapkan tetap memiliki nilai kemenarikan. Ketika dimuat sebuah pernyataan iklan Diskon 70% dalam sebuah media elektronik pada situs jual beli WWW. TOKOBAGUS.COM kelompok mahasiswa menyambut dengan reaksi gembira. Rasa senang yang muncul pada seseorang dikarenakan dapat memenuhi kebutuhannya. Dengan potongan 70 % harga menjadi sangat murah dibandingkan harga sebelumnya, harga murah di toko bagus membuat kelompok mahasiswa bisa memenuhi kebutuhannya, sehingga Diskon 70% merupakan stimuli yang sudah melalui proses persyaratan.

Bahasa sebagai system adalah suatu fakta yang tak terbantahkan, walaupun sebenarnya system itu menunjukkan berbagai versi sesuai dengan ragamnya. Keterikatan waktu dan media (tempat) bukan tidak mungkin system yang dibutuhkan adalah kepadatan, satu kalimatpun dianggap terlalu panjang, rincian rincian informasi terkait tidak ditemukan dalam konteks. Yang terjadi pada ragam tulis memperlihatkan adanya tahapan tahapan dalam menyusun wacana, dan diwujudkan dalam transisi sematan.

Sebuah pernyataan Diskon 70 % dalam ragam tulis akan dituangkan barang apa saja yang didiskon, dimana tempat membeli atau toko apa, sampai kapan berlakunya diskon, dan argument-argumen tersebut akan dituangkan dalam satu kesatuan wacana yang tersusun secara linier. Argumen-argumen yang memperjelas Diskon 70% dalam ragam wacana tak kohesif tersebar dalam lompatan lompatan yang oleh pembaca akan ditangkap melalui upaya koheren yang sesuai dengan pengalamannya, karena argument argument tidak ditata secara linier. Proses sintagmatik sebagai proses dalam memproduksi bahasa tidak terjadi penataan unit dari mulai tataran terkecil sampai pada tataran wacana. Argumen-argumen logis atau yang memiliki hubungan rasional dilepas dengan pertimbangan persepsi selektifnya. Tempat dimana diskon, dan barang apa saja yang didiskon adalah persoalan informasi yang bisa dicari kemudian, bukan sesuatu yang menimbulkan reaksi dalam bentuk perilaku membeli, yang terpenting disini adalah perilaku membeli. Perilaku membeli akan terjadi bila didorong oleh suatu kebutuhan. Ketiadaan uang ditunjang dengan harga mahal merupakan hambatan bagi calon pembeli. Penulis menganggap menurunkan harga dengan angka 70% dari harga semula dapat mendorong pembeli.

Bahasa berfungsi sebagai interaksi sosial lebih menekankan pada fungsinya sebagai sarana transaksional, kelengkapan dan konvensi struktur tidak mengikuti standarisasi sebagaimana ada pada tatanan bahasa yang berfungsi sebagai pemindahan pesan. Komunikasi tidak bisa dikatakan berhasil apabila ketuntasan atau kelengkapan informasi bisa dipindahkan kepada pendengar atau pembaca. Ketuntasan atau kelengkapan memilih konskuensi prosa pembeberan tidak bisa dilakukan dengan cara memotong motong tanpa mengikuti pola pikir linier, demikian juga dengan konvensi struktur yang sudah menjadi sistemnya tak dapat diterjang, maupun dijungkir balikkan, cara yang demikian akan tampak jelas pada teks tulis.

Penulis dituntut untuk mengembangkan argument tambahan secara rasional, dan tidak boleh meragukan struktur baris-barinya sampai pada tataran kalimat dan wacana. Keefektifan stimuli pada bahasa yang berfungsi sebagai komunikasi persuasi menganggap, bahwa struktur merupakan sesuatu yang tidak penting, tetapi memiliki suatu tujuan, sehingga posisi atau tempat tulisan dituangkan atau bisa dimana saja, kadang-kadang hanya berupa deretan keterangan ringkas, lihat pada contoh situs jual beli www. Tokobagus.com

Pada iklan tersebut tidak ditemukan metalingual penghubung frase dengan frase sebagai mana terdapat dalam tatanan kalimat, penanda variasi tidak ditemukan penggunaan preposisi dalam

frase eksosentrik, dari contoh diatas tidak satupun preposisi (dengan, pada, dalam) yang sebenarnya dapat membentuk frase eksosentrik menjadi (dengan harga, pada tanggal, dalam kondisi baru). Struktur modifikasi frase tidak ditemukan sehingga pada situs jual beli tersebut tidak tertuliskan ( akan dijual; kondisinya masih baru; harga murah, sudah fix) yang nampak hanya potongan (dijual, Condition, harga, dan fix). Demikian juga cuplikan pada situs tersebut tidak menggunakan penghubung logika yang berfungsi menghubungkan kalimat dengan kalimat, sehingga tidak ditemukan kata penghubung (sehingga, tetapi, kemudian, sedangkan). Dan tatanan itu tidak akan disusun menjadi sebuah wacana (Barcode Scanner akan dijual dengan harga lima ratus ribu rupiah bahkan harga bisa dinego, tetapi kondisinya sudah bekas). Pola kalimat dengan struktur yang lengkap terdiri atas fungsi subyek, predikat, objek dan keterangan, namun pada kenyataannya pola struktur cenderung menghilangkan subyek dan lebih menekankan pada penjajaran predikat, penulis menggunakan arah pandangan satu fokus, lihat contoh tulisan pada media visual yang kami cuplik dari televisi

*Bebas bakteri...bersih berkilau*

*Satu kali bilas dan wanginya menggoda*

Sarana kohesi pengulangan pada ragam tulis lebih cenderung sesuatu yang monoton bahkan membosankan, akan tetapi pernyataan dalam media visual keafektifan lebih banyak menggunakan pengulangan pengulangan yang berfungsi mengarahkan pada suatu pandangan tertentu. Lihat contoh tulisan pada media visual yang kami cuplik dari Televisi berikut

*Halus merata seketika.... Pons menghaluskan*

Pengembangan pada teks tulis teknik menyusun kalimat ordinar dan koordinat berfungsi untuk menjaga koherensi wacana, secara jelas tampak pada pemakaian referensi endofora, misalnya kehadiran bentuk (nya) sebagai anaphora. Pemakaian anaphora memaksa pembaca berhenti merenung mencari acuannya. Ragam bahasa yang pemakaiannya bertujuan untuk menyampaikan pesan singkat, pembaca atau pendengar tidak usah berlama-lama mengartikan setiap unit pernyataan, pembaca tidak akan menghubungkan satu konstituen dengan konstituen lain yang ditulis pada paragraf sebelumnya.

Pernyataan penghalus yang berfungsi untuk mempengaruhi sentiment pendengar khususnya sering ditemukan pada ragam lisan, kata (silahkan, coba, ayo, periksalah, maaf) pada pernyataan deklaratif hampir tidak pernah ditemukan pada wacana tidak kohesif dalam media audiovisual. Kata-kata tersebut memiliki fungsi agar pendengar mendapatkan semangat untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang diperintahkan. Konvensi konvensi yang dimiliki bahasa ragam lisan tidak sama dengan konvensi ragam bahasa teks, bahasa yang singkat pada media audio visual tampaknya karena adanya penghilangan penanda sentiment yang sering ditemukan dalam wacana lisan, sehingga tidak ditemukan (ayo bernegolah, maaf kondisinya bekas, silahkan ke Toko Bagus). Hampir bisa dipastikan yang muncul adalah kata nego berdiri sendiri tanpa konteks, kata bekas tanpa ada kata yang mendahului atau mengikuti, alamat hanya nama toko tanpa ada keterangan yang lain .

## **METODE**

Berdasarkan tujuan penelitian ini, metode penelitian kualitatif dipertimbangkan menjadi metode yang tepat untuk digunakan. Metode kualitatif merupakan metode yang menekankan pada penelitian untuk menguji detail-detail kompleks sebuah subjek, menguji hubungan antar peristiwa sosial, fenomena budaya & masyarakat melalui kehidupan, pengalaman, perilaku, perspektif, sudut pandang, emosi dan perasaan (Creswell: 2007:45).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pemahaman Makna Wacana Tidak Kohesif Dalam Media Audio Visual**

Secara umum yang dibaca dalam layar media elektronik baik pada Televisi maupun Lap Top menunjukkan wacana yang tidak kohesif, sekali lagi kekhususan itu ditampilkan karena secara sintagmatik tidak memiliki kesamaan dengan wacana teks (Brown dan Yule, 2000:69). Dalam wacana teks kerasionalan berfikir dimunculkan sebagai argument argument dan terdiskripsi secara detail, sehingga kekohesifan akan lebih menuntun pada kekoherenan, kehilangan sebuah rincian atau argument menjadikan wacana teks menjadi tidak jelas informasinya, dan akan berimbas pada ketidaklengkapan struktur. Argumen argument atau diskripsi detail yang tidak dimunculkan membuat pernyataan menjadi singkat.

Sedangkan pada wacana ragam lisan sering ditandai oleh bentuk-bentuk yang tidak kohesif. Namun demikian wacana yang tidak kohesif atau tidak berkesinambungan tetap koheren atau dapat dipahami maknanya. Bentuk yang tidak mengikuti struktur secara lengkap membuat pembaca atau pendengar memiliki azas azas dalam menafsirkan makna, karena banyak aspek yang tidak relevan dengan yang diacu. Asas tafsiran lokal dapat dipakai pembaca atau pendengar agar tidak membentuk kontek yang lebih luas dari yang ia perlukan. Sebagaimana dikemukakan oleh Jayasudarma (1999:127) bahwa penggalan penggalan akan disimpulkan secara longgar karena ditentukan oleh latar belakang budayanya dan bermacam-macam factor dalam pragmatik, atau analogi.

Terdapat juga kalimat yang mengandung referen yang disebut sebelumnya, tafsiran dibatasi dengan penemuan bentuk-bentuk yang disematkan dalam ko-teks. Di dalam ko-teks tersimpan konteks yang bertujuan untuk menggiring pembaca memahami pesan yang disampaikan. Pemahaman dengan upaya koheren pada wacana tidak kohesif menggunakan gabungan atau secara terpisah antara analogi; interpretasi lokal; inferensi, dan ko-teks. Ciri gambar yang menonjol sebagai konteks dalam gabungan bentuk verbal dan non verbal pada wacana tidak kohesif dalam media audio visual dapat dikategorikan; gambar sebagai imajinasi, gambar sebagai metaphor, gambar sebagai proses, gambar sebagai pengongkritan yang abstrak, gambar sebagai sensasi, dan gambar sebagai wakil realias (Scott, 1994:67). Beberapa upaya koheren yang dimanfaatkan dalam wacana tak kohesif tetapi koheren dalam media audio visual,i dapat dijelaskan melalui uraian berikut:

### **Upaya Koherensi Mengacu pada Gambar sebagai Wakil Realita pada Situs Jual Beli**

Berikut ini merupakan iklan dengan upaya koherensi yang meliputi interpretasi lokal, analogi, koteks, dan inferensi dengan karakteristik pada interpretasi lokal dan inferensi terdapat gambar sebagai wakil realita.

#### 1) Iklan Barcode Scanner

Dari data di atas, didapat informasi sebagai berikut:

(1) DIJUAL:Barcode Scanner

(2)(gambar barcode scanner)

(3) Harga: Rp. 500.000 nego Tanggal: 20/09/2011

(4) Condition: Bekas

(5)Deskripsi Barcode Scanner cocok untuk Mini Market, Supermarket, Koperasi, toko serba untuk jualan retail. ada Merk Zebex PS2,

(6) Jual murah harga pass, silakan cek toko lain

Contoh di atas, menggunakan upaya koherensi interpretasi lokal. Adanya gambar yang posisinya setelah nama barang membuat pembaca langsung mengerti dan dapat menyimpulkan bentuk fisik dari produk yang dijual. Dapat diamati bahwa gambar Barcode Standard adalah bentuk upaya Interpretasi lokal yang mewakili keadaan barang produk yang sesungguhnya atau gambar sebagai wakil realita. Gambar tersebut dapat ditafsirkan sebagai penjelasan 'condition: bekas'. Dengan adanya gambar sebagai wakil realita, informasi yang diterima juga sesuai dengan kondisi barang yang diiklankan.

Contoh di atas, terdapat frase Harga: Rp. 500.000 nego. Adanya kata nego yang tercantum setelah nominal rupiah mengenai harga suatu produk merupakan bentuk upaya koherensi, yakni analogi. Kata 'nego' oleh pembaca dianalogikan melalui pengalamannya, kata 'nego' bermaksud memberi keterangan, bahwa harga produk, dapat dinegosiasikan kembali apabila terjadi transaksi

jual beli. Dengan kata lain, kata 'nego' dengan upaya koherensi analogi membantu pembaca memaknai, dengan harga lima ratus ribu rupiah jika terjadi transaksi nominalnya masih dapat berubah. Upaya koherensi dengan analogi juga dapat berkesinambungan dengan interpretasi lokal. Adanya gambar produk yang dikaitkan dengan pernyataan 'Barcode Scanner cocok untuk Mini Market, Supermarket, Koperasi, toko serba untuk jualan retail' mengungkap pengalaman pembaca bahwa produk tersebut memang sering dijumpai di toko-toko yang menggunakan alat tersebut. Dengan kata lain, analogi tersebut membuat wacana iklan semakin koheren.

Upaya koteks dapat dilihat dengan teknik ekspansi. Meski pun iklan di atas terdiri dari kalimat-kalimat singkat, maka dengan ko-tekst, dapat dilihat upaya koherensi yang terdapat dalam iklan tersebut. Lihat berikut:

*Dijual unit Barcode Scanner seharga Rp 500.000 (belum termasuk harga negosiasi).  
Barang dalam kondisi bekas*

Upaya koherensi dengan inferensi pada iklan di atas terintegrasi dengan interpretasi lokal. Adanya gambar produk tanpa segel maupun kotak barang membantu pembaca untuk menyimpulkan bahwa produk tersebut dalam kondisi bekas. Kesimpulan tersebut berdasarkan informasi gambar sebagai wakil realita. Dengan adanya informasi gambar, pembaca lebih mudah menyimpulkan kondisi barang dan mengetahui nama barang/produk yang diperjual belikan. Kesimpulan akan sulit jika tidak didukung bahasa iklan dan gambar. Selain itu, adanya keterangan deskripsi yang menyatakan bahwa "Barcode Scanner cocok untuk Mini Market, Supermarket, Koperasi, toko serba" dapat disimpulkan dengan acuan bahwa produk pada gambar memang sering kali dijumpai di toko serba ada atau minimarket sebagai alat menghitung retail.

## **SIMPULAN**

Bahasa sebagai sistem atau berpola sesuai dengan konteks yang melingkupinya, ragam bahasa teks tidak sama dengan ragam lisan, demikian juga ciri bahasa dalam audio visual memiliki karakteristik tersendiri. Variasi pemakaian bahasa akan ditandai oleh berbagai tatanan sintagmatik dengan berbagai struktur, baik dalam tataran frase ataupun kalimat. Identifikasi kata dapat menjadi retorika bahasa dan memiliki daya persuasif juga ditemukan pada penggunaan bahasa dalam media audiovisual. Penggunaan wacana tidak kohesif memberi peluang pemaknaan melalui upaya koheren analogi, interpretasi lokal, inferensi dan koteks. Gambar tidak hanya memiliki fungsi interpretasi lokal saja tetapi gambar bisa sebagai imajinasi, sebagai metaphor, sebagai wakil realitas, sebagai sensasi, dan sebagai wakil konsep. Penggabungan penyimpangan konvensi struktur, identifikasi kata yang memenuhi persepsi selektif pembaca atau pendengar, upaya koherensi merupakan kekuatan untuk menciptakan daya persuasif dalam wacana yang tidak kohesif dalam media audiovisual.

Sikap yang terjadi secara teratur dan berulang dapat disepakati sebagai kebiasaan. Sedangkan kebiasaan yang bisa diterima karena manusiawi dan membentuk sikap positif hendaknya perlu dipertahankan dan dipupuk. Menuangkan ide dalam bentuk tulisan terdapat banyak hal yang harus dipatuhi, bagaimana gagasan kita bisa dimengerti orang lain, bagaimana menyusun struktur dengan cermat sehingga tidak membingungkan orang, bahkan kedisiplinan dalam menggunakan ejaan. Hal yang sangat penting disini membiasakan bernalar, cermat, disiplin adalah suatu sikap yang terpuji. Sedangkan menulis merupakan proses bernalar, berdisiplin, dan selalu dalam keadaan cermat.

## **SARAN**

Sehubungan dengan hasil yang dicapai dalam penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi peneliti, hendaknya menjadikan hasil penelitian ini sebagai pengalaman agar nantinya dapat menjadi pembaca yang berkualitas.
2. Bagi pembaca, hendaknya lebih memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mengkombinasikan bahan ajar sesuai dengan kebutuhan siswa-siswa didik.

3. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan bias dijadikan acuan untuk melakukan penelitian lanjutan yang mengkaji lebih mendalam sehingga akan memperkaya temuan penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Awalludin, A., & Nilawijaya, R. (2020). “Kemampuan Siswa Kelas V SD Negeri 6 OKU dalam Meringkas Wacana dengan Menggunakan Model Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC).” *Jurnal Diksa: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Daerah*. 6(2), 65—71 <https://doi.org/10.33369/diksa.v6i2.13549>
- Creswell, John W. (2007) *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. California: Sage Publication Inc.
- Dhania, E. R., Anam, S., & Awalludin, A. (2019). Kemampuan dan Kesulitan Siswa Kelas X SMA Negeri 3 OKU dalam Menulis Teks Negosiasi. *Diksa: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), 122—132, <https://doi.org/10.33369/diksa.v5i2.10099>
- Djajasudarma. T. Fatimah Idat. (1994). *Wacana Pemahaman dan Hubungan Antar Unsur*. Bandung: Eresco.
- Scott, L.M. (1994). Images in Advertising : The used for a theory of visual the torie. *Journal of Consumer Research*.
- Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Yule, Brown. (2000). *Analisis Wacana*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.