

**MAKNA ASOSIATIF PORNOGRAFI
PADA IKLAN PRODUK MEDIA CETAK:
KAJIAN PRAGMATIK**

DISERTASI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Doktor
Program Studi Linguistik Minat Utama Pragmatik
Universitas Sebelas Maret Surakarta



Oleh

SRI WIRYANTI BUDI UTAMI
NIM: T 130207003

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI LINGUISTIK (S3)
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2015**

**MAKNA ASOSIATIF PORNOGRAFI
PADA IKLAN PRODUK MEDIA CETAK:
KAJIAN PRAGMATIK**

DISERTASI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Doktor
Program Studi Linguistik Minat Utama Linguistik Pragmatik.
Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta



Oleh

**SRI WIRYANTI BUDI UTAMI
NIM: T 130207003**

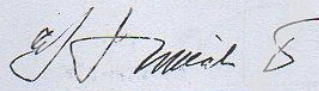

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI LINGUISTIK (S3)
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2015**

**MAKNA ASOSIATIF PORNOGRAFI
PADA IKLAN PRODUK
MEDIA CETAK: KAJIAN PRAGMATIK**

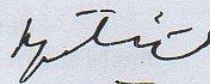
**Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Doktor
Program Studi Linguistik Minat Utama Pragmatik**

Oleh

**SRI WIRYANTI BUDI UTAMI
NIM: T 130207003**

	PEMBIMBINGAN	Tanda Tangan	Tanggal
Promotor	<u>Prof Dr. Sri Samiati Tarjana</u> NIP.1944060221965112001		27.20
Ko-Promotor	<u>Prof Dr. H.D. Edi Subroto</u> NIP.194409271967081001		

**Mengetahui
Ketua Program Studi**



**Prof. Dr. Djatmika, M.A.
NIP. 19670726199302100**

**PENGESAHAN
UJIAN TERBUKA DISERTASI**

Dengan ini saya

Nama : Sri Wiryanti Budi Utami
Nim : T. 130207001
Program Studi : Linguistik
Minat Utama : Pragmatik
Judul Disertasi : MAKNA ASOSIATIF PORNOGRAFI PADA IKLAN PRODUK
MEDIA CETAK: KAJIAN PRAGMATIK

Telah menempuh ujian TERBUKA pada hari Rabu, 17 Juni 2015 dengan hasil SANGAT
MEMUASKAN dengan IPK 3,84 (Tiga koma delapan empat)

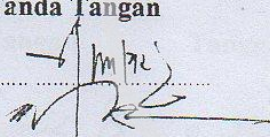
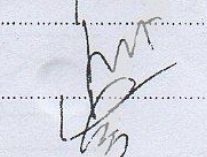
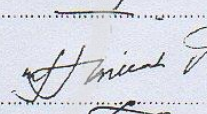

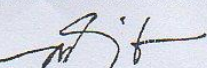
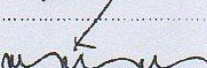
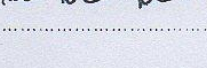

Disertasi tersebut sudah direvisi dengan saran sesuai dari Tim Penguji

Surakarta, Juli 2015


Tertanda

Sri Wiryanti Budi Utami

Hasil revisi telah disetujui oleh tim penguji

Nama terang	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan
<u>Prof. Drs. Sutarno, M.Sc, Ph.D</u> NIP. 196008091986121001	Ketua	
<u>Prof. Dr. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd.</u> NIP. 196007271987021001	Sekretaris Penguji	
<u>Drs. Rivadi Santoso, M.Ed. Ph.D.</u> NIP. 196003281986011001	Anggota	
<u>Prof. Dr. Sumarlam, M.S.</u> NIP. 196203091987031001	Anggota	
<u>Prof. Dr. Sri Samiati Tarjana</u> NIP. 194406021965112001	Promotor Merangkap Anggota	
<u>Prof. Dr. H.D. Edi Subroto</u> NIP. 194409271967081001	Ko-Promotor Merangkap Anggota	
<u>Drs. Ahmad Adib, M.Hum. Ph.D.</u> NIP. 196207081992031001	Anggota	
<u>Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum.</u> NIP. 196504281993031001	Anggota	

Mengetahui
Rektor Universitas Sebelas Maret


Prof. Dr. Ragik Karsidi, M.S.
NIP. 195707071981031006
REKTOR

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Disertasi yang berjudul: MAKNA ASOSIATIF PORNOGRAFI PADA IKLAN PRODUK MEDIA CETAK: KAJIAN PRAGMATIK ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat di buktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi baik disertasi beserta gelar doktor saya di batalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi disertasi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor sebagai *author* dan PPs UNS sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Surakarta, __, ____, 2015

Mahasiswa,

Sri Wiryati Budi Utami
T130207003

**Sesungguhnya dimana ada kesulitan
maka disitu ada kelapangan dan kelonggaran
Jangan pernah patah semangat, selalu nyalakan
Hanya mohon pada karunia Tuhan Allah sajalah
hendaknya kamu mengharap pertolongan dan karunianya**

**Nilai hakiki manusia tidaklah terukur melalui
ketinggian timbunan harta-benda yang telah diperolehnya,
melainkan tercermin dalam hal-hal yang telah diciptakannya
(Khalil Gibran)**

Kupersembahkan untuk:

Orang-orang terdekatku dan cucu-cucuku tersayang

- 1. Maria Clara Arum Dapta**
- 2. Gabriela Ouberta Kinasih Larasati**
- 3. Michaela Alexandra Prasetyanti**

yang selalu mendorong dan menyemangati

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah YME yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan kasih, yang telah memberi ijin kepada penulis dapat menyelesaikan disertasi yang berjudul "Makna Asosiatif Pornografi dalam Media Cetak, Tinjauan Pragmatik". Sesuatu yang penulis syukuri, karena disertasi ini merupakan sebuah karya sebagai syarat menyelesaikan studi S-3 Pascasarjana Jurusan Linguistik dengan minat utama Pragmatik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Dengan rasa syukur, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih atas segala bimbingan serta bantuan yang penulis terima selama proses penyelesaian disertasi.

1. Prof. Dr. Ravik Karsidi, MS, selaku Rektor Universitas Sebelas Maret Solo yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar di universitas ini.
2. Drs. Aribowo, MS, selaku dekan fakultas ilmu budaya yang selalu mendorong penulis menyelesaikan disertasi.
3. Prof. Dr. Djatmika, M.A selaku Ketua Program Studi Pascasarjana S3 Linguistik yang telah berupaya membantu dan mendukung penulis. Setiap komentar, saran dan kecermatan penulisan yang sangat berarti dalam disertasi ini adalah bukti bahwa penulis telah banyak berhutang budi kepada beliau.
4. Prof. Dr. Ir. Ahmad Yunus, MS selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret yang telah berupaya membantu dan mendukung penulis dalam proses administrasi hingga terselesaikannya disertasi ini.
5. Prof. Dr. Sri Samiati Tarjana, selaku promotor yang telah memberikan bimbingan dan dorongan pada penulis. Dengan segala kehalusan bahasa dan rasa, beliau selalu menyemangati penulis segera menyelesaikan disertasi ini.
6. Prof. Dr. D. Edi Subroto, selaku ko-promotor yang memberikan bimbingan dan petunjuk pada penulis. Melalui bimbingannya, penulis menyadari pentingnya proses penulisan disertasi, sebagai karya yang dapat dipertanggungjawabkan.
7. Prof. Dr. Sumarlam, yang telah memberi bimbingan yang sangat berarti bagi pemahaman-pemahaman yang penting dalam penulisan disertasi.
8. Teman-teman sejawat, terutama Dra. Dwi Handayani, M.Hum yang selalu mendorong dan menyemangati agar penulis segera menyelesaikan penulisan disertasi.

9. Pihak-pihak yang memberikan majalah, tabloid, dan koran yang sangat berguna bagi kelengkapan penulisan disertasi.
10. Orang-orang yang paling dekat dan senantiasa selalu memberi waktu, dukungan dan semangat. Terutama anak-anak, menantu, dan cucu-cucu tercinta serta doa, dan semangat dalam penyelesaian disertasi ini.
11. Sopyan Ali, S.S, mahasiswa Program Pascasarjana (S2) Linguistik UNS, yang telah bersedia membantu penulis dalam mengoreksi cara penulisan dan menyediakan bahan kajian rujukan (buku-buku dan jurnal) yang berhubungan dengan topik dan kajian disertasi ini.

Mengambil pepatah "Tiada gading yang tidak retak", penulis menyadari bahwa penyusunan disertasi ini barangkali masih ada kekurangan-kekurangan yang kelak justru menjadi karya penyempurnaan yang bermanfaat dalam menangani masalah pornografi. Dengan segala permohonan, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sehingga karya disertasi ini bisa dimanfaatkan sebagai sarana inspiratif mengatasi permasalahan pornografi yang selama ini berkembang dan menuai kontroversial, sehingga pengkajian komprehensif mengenai isu-isu pornografi belum menemukan titik temu. Di samping itu, sebagai karya penyempurnaan yang dapat menambah wawasan teoritik pragmatik.

Saya bersyukur dapat menyelesaikan disertasi ini dalam situasi yang cukup berat dilalui. Berbekal semangat dan rasa tanggung jawab terhadap institusi dan berbagai pihak, akhirnya saya dapat menyelesaikannya. Mudah-mudahan, disertasi ini dapat menjadi bahan pertimbangan perancangan pengembangan iklan yang lebih bermartabat. Kendati demikian, peneliti tetap menyadari adanya kesalahan kata atau pun kekuranglengkapan dalam penulisan laporan. Disertasi ini masih perlu dilanjutkan guna menggenapi temuan awal, karena belum dapat dikatakan lengkap sebagai bahan masukan bagi pihak yang berkompeten dalam pengambilan kebijakan menangani media massa, khususnya yang menyangkut iklan produk media cetak.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Masalah dan Rumusan Masalah	10
1. Masalah.....	10
2. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI, DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Kajian Pustaka	13
1. Penelitian-Penelitian yang Relevan.....	13
2. Hubungan dengan Penelitian Sebelumnya.....	21
3. Keutamaan.....	22

B. Kajian Teoritis.....	22
1. Iklan Produk Media Cetak.....	22
a. Karakteristik Iklan Produk Media Cetak.....	23
b. Kreativitas dan Visualisasi Teks Iklan Produk.....	26
c. Daya Tarik Iklan dan Prinsip Persuasif.....	31
2. Makna Asosiatif Pornografi.....	34
3. Teori Tanda.....	47
4. Teori Relevansi.....	51
5. Kajian Pragmatik dan Liku-Likunya.....	55
a. Kajian Pragmatik.....	55
b. Lika-liku Pragmatik.....	56
1) Deiksis.....	62
2) Praanggapan.....	63
3) Tindak Tutur.....	64
a) Tindak Tutur Asertif (<i>Assertives</i>).....	68
b) Tindak Tutur Verdictif (<i>Verdictives</i>).....	70
c) Tindak Tutur Ekspresif (<i>Expressives</i>).....	70
d) Tindak Tutur Direktif (<i>Directives</i>).....	71
e) Tindak Tutur Komisif (<i>Commissives</i>).....	72
f) Tindak Tutur Fatis (<i>Phatic</i>).....	72
4) Implikatur dan Daya Pragmatik.....	78
a) Implikatur.....	78
b) Daya Pragmatik.....	79
6. Fungsi Bahasa.....	82
7. Konteks dan Teks.....	83
a. Konteks.....	83
b. Teks.....	88
C. Definisi Operasionalisasi Konsep.....	92
D. Kerangka Pikir Penelitian.....	94

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Bentuk dan Strategi Penelitian.....	97
B. Penetapan Sumber Data.....	98
C. Data Penelitian.....	99
D. Teknik Pengumpulan data	100
E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	103
F. Teknik Analisis dan Interpretasi Data.....	103
G. Prosedur Pelaksanaan Penelitian.....	107
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	109
1. Wujud Teks Bermakna Asosiatif Pornografi dalam Iklan Produk Media Cetak	109
a. Struktur Teks.....	109
1) Bagian Pembuka (<i>Headline</i>).....	108
a) <i>Headline</i> dengan Rangsangan Hasrat Seksual.....	111
b) <i>Headline</i> dengan Dorongan Libido.....	115
c) <i>Headline</i> dengan Aktivitas Seksual Hubungan Intim....	117
2) Bagian Tengah.....	119
a) <i>Body Copy</i> dengan Hasrat Seksual.....	120
b) <i>Body Copy</i> dengan Dorongan Libido.....	121
c) <i>Body Copy</i> dengan Aktivitas Hubungan Intim.....	123
3) Bagian Akhir (<i>Tag Line</i>).....	124
b. Desain Ilustrasi.....	124
c. Warna.....	125
d. Tipografi.....	130
e. Foto dan Gambar.....	132
f. Penggunaan Istilah.....	137
g. Ragam Bahasa.....	138
h. Relasi Penutur dan Mitra Tutur	139
1) Pengiklan dan Khalayak.....	140

2) Penuju dan Khalayak.....	141
3) Penuju dan Mitra yang Dituju.....	142
i. Makna Berasosiasi Pornografi.....	144
1) Makna Tekstual.....	144
2) Makna Kontekstual.....	146
j. Fungsi Teks.....	151
1) Fungsi Konatif.....	151
2) Fungsi Referensial.....	154
3) Fungsi Metalinguistik.....	155
4) Fungsi Puitik.....	157
5) Fungsi Ekspresif.....	159
6) Fungsi Fatik.....	160
2. Jenis Tindak Tutur Bermakna Asosiatif Pornografi	163
a. Tindak Tutur Asertif.....	165
1) Subtindal Tutur Memberitahukan.....	166
2) Subtindak Tutur Mengatakan	169
3) Subtindak Tutur Menunjukkan	171
4) Subtindak Tutur Menegaskan.....	173
5) Subtindak Tutur Menjelaskan.....	176
6) Subtindak Tutur Meyakinkan.....	178
b. Tindak Tutur Direktif.....	184
1) Subtindak Tutur Menyuruh.....	187
2) Subtindak Tutur Mengajak.....	189
3) Subtindak Tutur Mengingat.....	192
4) Subtindak Tutur Menyilakan.....	195
5) Subtindak Tutur Menyarankan.....	196
6) Subtindak Tutur Menganjurkan.....	198
7) Subtindak Tutur Membujuk.....	201
c. Tindak Tutur Verdiktif.....	207
1) Subtindak Tutur Memuji.....	207
2) Subtindak Tutur Mengakui.....	208
d. Tindak Tutur Komisif.....	209

1) Subtindak Tutar Menjanjikan.....	210
2) Subtindak Tutar Menawarkan.....	212
e. Tindak tutur Ekspresif.....	213
1) Subtindak Tutar Berterima kasih.....	214
2) Subtindak Tutar Mengagumi.....	215
3. Strategi Bertutur Teks Bermakna Asosiatif Pornografi dalam Iklan Produk Media Cetak	216
a. Strategi Langsung Literal.....	218
1) Rangsangan Hasrat Seksual	219
2) Dorongan Libido Merasakan Kenikmatan Seksual.....	221
3) Aktivitas Hubungan Intim.....	223
b. Strategi Langsung Tidak Literal.....	225
1) Rangsangan Hasrat Seksual.....	225
2) Dorongan Libido Merasakan Kenikmatan Seksual.....	228
3) Aktivitas Seksual Seputar Hubungan Intim.....	230
c. Strategi Tidak Langsung Literal.....	232
1) Rangsangan Hasrat Seksual.....	232
2) Dorongan Libido Merasakan Kenikmatan Seksual.....	234
3) Aktivitas Seksual Seputar Hubungan Intim.....	236
d. Strategi Tidak Langsung Tidak Literal	238
1) Rangsangan Hasrat Seksual.....	238
2) Dorongan Libido Merasakan Kenikmatan Seksual.....	239
3) Aktivitas Seksual Seputar Hubungan Intim.....	241
e. Faktor Ketidakliteralan.....	243
1) Makna Ganda.....	243
2) Makna Disamarkan.....	245
3) Elipsis.....	247
4) Metafora.....	249
4. Implikatur Tindak Tutar Bermakna Asosiatif Pornografi.....	251
a. Implikatur Tindak Tutar Langsung Literal.....	252
1) Rangsangan Hasrat Seksual.....	252

2) Dorongan Libido Merasakan Kenikmatan Seksual.....	255
3) Aktivitas Seksual Seputar Hubungan Intim.....	258
b. Implikatur Langsung dalam Tindak Tutur Tidak Literal.....	259
1) Rangsangan Hasrat Seksual.....	259
2) Dorongan Libido Merasakan Kenikmatan Seksual.....	266
3) Aktivitas Seksual Seputar Hubungan Intim.....	272
c. Implikatur Tindak Tutur Tidak Langsung Literal.....	276
1) Rangsangan Hasrat Seksual.....	276
2) Dorongan Libido Merasakan Kenikmatan Seksual.....	277
3) Aktivitas Seksual Seputar Hubungan Intim.....	280
d. Implikatur Tindak Tutur Tidak Langsung Tidak Literal.....	281
1) Rangsangan Hasrat Seksual.....	281
2) Dorongan Libido Merasakan Kenikmatan Seksual.....	291
3) Aktivitas Seksual Seputar Hubungan Intim.....	297
B. Pembahasan	
1. Representasi Wujud Teks Iklan Produk Media Cetak Bermakna Asosiatif Pornografi.....	303
2. Jenis Tindak Tutur Bermakna Asosiatif Pornografi Iklan Produk Media Cetak	320
3. Strategi Bertutur Teks Bermakna Asosiatif Pornografi dalam Iklan produk Media Cetak.....	329
4. Implikatur Tindak Tutur Bermakna Asosiatif Pornografi dalam Iklan produk Media Cetak.....	335
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	340
A. Simpulan.....	340
B. Saran.....	344
DAFTAR PUSTAKA.....	347
LEMBAR LAMPIRAN.....	
A. CURRICULUM VITAE	
B. DAFTAR GAMBAR	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1: <i>Headline Bermakna</i> Asosiatif Pornografi.....	110
Gambar 4.2: Warna Merah Bermakna Asosiatif Pornografi.....	126
Gambar 4.3: Ortografi Berkenaan dengan Makna Asosiasi Pornografi.....	131
Gambar 4.4: Tipografi Huruf [O] Berasosiatif pornografi.....	131
Gambar 4.5: Tipografi huruf [X] Berasosiatif Pornografi.....	132
Gambar 4.6: Foto Berkenaan dengan Aktivitas Seksual.....	134
Gambar 4.7: Gambar Berkenaan dengan Visualisasi Organ Intim.....	135
Gambar 4.8: Foto Nudity Berkenaan Dengan Wanita sebagai Objek Hasrat.....	136
Gambar 4.9: Foto Sugesti Seksual Berkenaan dengan Rangsangan Hasrat.....	136

DAFTAR TABEL

	Halaman.
Tabel 1: Tahapan Analisis dan Media yang Diterapkan.....	105
Tabel 2: Instrumen Analisis Teks.....	106
Tabel 3: Penanda Ragam Informal Iklan Produk Bermakna Asosiatif Pornografi.....	139
Tabel 4: Pergeseran Makna ke dalam Makna Berasosiasi Pornografi.....	146
Tabel 5: Klasifikasi Fungsi Bahasa Menurut Jenis Kalimat dalam Tuturan Iklan Produk Bermakna Asosiatif Pornografi.....	162
Tabel 6: Klasifikasi Prinsip-Prinsip Persuasif dalam Fungsi Bahasa dalam Tuturan Iklan Produk Bermakna Asosiatif Pornografi....	163
Tabel 7: Makna Asosiatif Pornografi dalam Asertif Subtindak Tutur <i>Memberitahukan</i>	166
Tabel 8: Makna Asosiatif Pornografi dalam Asertif Sub-Tidak Tutur <i>Mengatakan</i>	169
Tabel 9: Makna Asosiatif Pornografi dalam Asertif Subtindak Tutur <i>Menunjukkan</i>	172
Tabel 10: Makna Asosiatif Pornografi dalam Asertif Sub-Tidak Tutur <i>Menegaskan</i>	174
Tabel 11: Makna Asosiatif Pornografi dalam Asertif Sub-Tidak Tutur <i>Menjelaskan</i>	177
Tabel 12: Makna Asosiatif Pornografi dalam Asertif Sub-Tidak Tutur <i>Meyakinkan</i>	179
Tabel 13: Makna Asosiatif Pornografi dalam Direktif Subtindak Tutur <i>Menyuruh</i>	189
Tabel 14: Makna Asosiatif Pornografi dalam Direktif Sub-Tidak Tutur <i>Mengajak</i>	191
Tabel 15: Makna Asosiatif Pornografi dalam Direktif Sub-Tidak Tutur <i>Mengingatkan</i>	194
Tabel 16: Makna Asosiatif Pornografi dalam Direktif Subtindak Tutur <i>Menyilakan</i>	196
Tabel 17: Makna Asosiatif Pornografi dalam Direktif Sub-Tidak Tutur <i>Menyarankan</i>	198

Tabel 18:	Makna Asosiatif Pornografi dalam Direktif Sub-Tidak Tuter <i>Menganjurkan</i>	200
Tabel 19:	Makna Asosiatif Pornografi dalam Direktif Sub-Tidak Tuter <i>Membujuk</i>	203
Tabel 20:	Makna Asosiatif Pornografi dalam Verdiktif Subtindak tutur <i>Memuji</i>	209
Tabel 21:	Makna Asosiatif Pornografi dalam Verdiktif Subtindak tutur <i>Mengakui</i>	210
Tabel 22:	Makna Asosiatif Pornografi dalam Komisif Subtindak Tuter <i>Menjanjikan</i>	211
Tabel 23:	Makna Asosiatif Pornografi dalam Komisif Subtindak Tuter <i>Menawarkan</i>	213
Tabel 24:	Makna Asosiatif Pornografi dalam Ekspresif Subtindak tutur <i>Berterima kasih</i>	215
Tabel 25:	Makna Asosiatif Pornografi dalam Ekspresif Subtindak tutur <i>Mengagumi</i>	216
Tabel 26:	Strategi Bertutur Iklan Produk Bermakna Asosiatif Pornografi..	218
Tabel 27:	Strategi Bertutur Iklan Produk Bermakna Asosiatif Pornografi..	330

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1: Alur informasi komunikasi.....	46
Bagan 2: Relasi Teks, Konteks	84
Bagan 3: Kerangka Pikir Penelitian.....	95
Bagan 4: Struktur Iklan Produk Media Cetak.....	109
Bagan 5: Implikasi <i>Sensasi berbintik dan berulir</i> Berilustrasi Pasangan Intim terhadap Rangsangan Hasrat.....	254
Bagan 6: Implikasi <i>Cukup satu kali sebelum tidur</i> Berilustrasi Wanita Berbaju Tidur terhadap Dorongan Libido.....	255
Bagan 7 : Implikasi <i>Gairah baru</i> Berilustrasi Pasangan Intem terhadap Dorongan Libido.....	257
Bagan 8: Implikasi <i>Ereksi...secara alami</i> Berilustrasi Wanita Tersenyum terhadap Dorongan Libido	258
Bagan 9: Implikasi <i>Serasa tanpa kondom</i> Berilustrasi Muka Kucing terhadap Hubungan Intim.....	259
Bagan 10: Implikasi <i>Cara gua beda</i> Berilustrasi Pasangan Kekasih terhadap Rangsangan Hasrat.....	261
Bagan 11: Implikasi <i>Kulit Mudamu</i> Berilustrasi Ciuman di Leher terhadap Rangsangan Hasrat.....	262
Bagan 12: Implikasi <i>Kesegaran yang diinginkan</i> Berilustrasi Pasangan Intim terhadap Rangsangan Hasrat.....	264
Bagan 13: Implikasi <i>Bir yang memberi lebih</i> Berilustrasi Bibir dan Buah Dada terhadap Rangsangan Hasrat.....	265
Bagan 14: Implikasi <i>Apa lagi jika itu sentuhannya</i> berilustrasi Wanita terhadap Rangsangan Hasrat '.....	266
Bagan 15: Implikasi <i>Menjadi 'raja di ranjang'</i> Berilustrasi Pasangan Intim terhadap Dorongan Libido '.....	268
Bagan 16: Implikasi <i>Abang liat dong itu....nya</i> Berilustrasi Wanita terhadap Dorongan Libido.....	270
Bagan 17: Alur Implikasi <i>Lebih besar yang Anda bayangkan</i> berilustrasi Pria Perkasa terhadap Dorongan Libido.....	271
Bagan 18: Implikasi <i>Nyoblos tiga kali sehari</i> berilustrasi Simbol Penis terhadap Dorongan Libido.....	273
Bagan 19: Implikasi <i>Enaknya lebih enak</i> berilustrasi Wanita Tersenyum terhadap Aktivitas Seksual Hubungan Intim.....	274

Bagan 20:	Implikasi <i>Lebih lama lebih ok</i> berilustrasi Wanita Tidur Telentang terhadap Aktivitas Seksual Hubungan Intim.....	276
Bagan 21:	Implikasi <i>Dioles 1 menit langsung tambah besar</i> berilustrasi Gambar Ular terhadap Rangsangan Hasrat.....	278
Bagan 22:	Implikasi <i>Ginseng prakoso ramuan pria perkasa</i> Berilustrasi Pria terhadap Dorongan Libido.....	279
Bagan 23:	Implikasi <i>Meningkatkan stamina kemampuan pria</i> berilustrasi Pasangan Intim terhadap Dorongan Libido.....	280
Bagan 24:	Implikasi <i>Menambah gairah dan kepuasan pasangan anda...</i> Berilustrasi Tabib terhadap Aktivitas Seksual Hubungan Intim.....	282
Bagan 25:	Implikasi <i>Mau yang hot-hot</i> Berilustrasi Dua Wanita Muda terhadap Rangsangan Hasrat.....	283
Bagan 26:	Implikasi <i>Rasa adalah segalanya</i> Berilustrasi Wanita Mengulum Telunjuk terhadap Rangsangan Hasrat.....	285
Bagan 27:	Implikasi <i>Berasa baget gedanya</i> Berilustrasi Wanita terhadap Rangsangan Hasrat.....	286
Bagan 28:	Implikasi <i>Siap dijajal</i> berilustrasi Wanita Tersenyum terhadap Rangsangan Hasrat.....	289
Bagan 29:	Implikasi <i>Bukan pelet tapi bikin lengket</i> Berilustrasi Wanita dan Produk di Buah Dada terhadap Rangsangan Hasrat.....	300
Bagan 30:	Implikasi <i>Sensasi bercinta...Ingin lagi</i> Berilustrasi Pasangan Intim terhadap Aktivitas Seksual Hubungan Intim.....	290
Bagan 31:	Implikasi <i>Rasa unik banginin sense kamu</i> Berilustrasi Semburan Air dari Botol terhadap Rangsangan Hasrat.....	292
Bagan 32:	Implikasi <i>Dua kali sehari siap action ya ya</i> Berilustrasi Wanita Mengerling Manja terhadap Dorongan Libido.....	293
Bagan 33:	Implikasi Dorongan Libido 'Senjata pria joss'.....	294
Bagan 34:	Implikasi Dorongan Libido 'Stamina lelaki'.....	296
Bagan 35:	Implikasi <i>Kalau stamina prima mainnya bisa tahan lama</i> Berilustrasi Wanita terhadap Dorongan Libido.....	297
Bagan 36:	Implikasi <i>Pilihan utama tunggangan Anda</i> Berilustrasi Wanita terhadap Aktivitas Seksual Hubungan Intim.....	299
Bagan 37:	Implikasi Hubungan Intim 'Gaya apa aja, kapan saja'.....	300
Bagan 38:	Implikasi <i>Lebih tahan lama istri semakin sayang</i> Berilustrasi Pria Bertestimoni terhadap Aktivitas Seksual Hubungan Intim.....	302
Bagan 39:	Implikasi <i>Suamiku lebih mantap</i> berilustrasi Pasangan Intim terhadap Aktivitas Seksual Hubungan Intim.....	303
Bagan 40:	Proses Pemerolehan Implikatur Teks Iklan Produk.....	340

ABSTRAK

Sri Wiryanti BU. T 130207003. 2015. Makna Asosiatif Pornografi pada Iklan Media Cetak: Kaajian Pragmatik. Disertasi. Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta. Pembimbing: Prof. Dr. M. Sri Samiati Tarjana (Promotor), Prof. Dr. H.D. Edi Subroto (ko-Promotor).

Pornografi bukan hal yang tabu di media iklan, bahkan dipandang sebagai unsur penarik perhatian. Berangkat dari pemahaman komunikasi samar-samar terhadap hal porno dalam iklan produk, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan karakteristik teks iklan produk bermakna asosiatif pornografi, yaitu; (1) bentuk teks (2) jenis tindak tutur dan strateginya, dan (3) implikatur dan daya pragmatiknya. Teori tanda untuk memahami keterlibatan aspek tanda yang membentuk teks. Teori relevansi untuk memahami bentuk teks dengan maksud dan tujuan serta implikasi dan daya pragmatiknya. Melalui pendekatan kualitatif, kajian ini menetapkan 105 data iklan produk dari majalah, tabloid, dan koran. Pencarian data menggunakan metode simak yang diawali dari mengkliping, mereduksi, dan menetapkan iklan yang bermakna asosiatif pornografi, baik dari teks verbal dan nonverbalnya. Keabsahan data dilakukan dengan metode triangulasi data melalui kuesioner dan FGD (*Focus Group Discussion*). Teknik analisis data dengan klasifikasi jenis produk, ilustrasi, dan latarnya, serta aspek verbal untuk mendapatkan aspek tekstual dan kontekstualnya. Analisis kontekstual menggunakan analisis framing. Iklan bermakna asosiatif pornografi tidak terbatas pada produk berkaitan dengan masalah seksual, cenderung menggunakan ragam bahasa kolokial. Masalah seksual tecermin pada isu-isu porno yang dapat dihubungkan dengan hasrat birahi, dorongan libido dan aktifitas seksual. Teks dikomunikasikan melalui makna asosiatif pornografi dengan fungsi referensial rasionalisasi bermodus deklaratif. Hal ini bersesuaian dengan kecenderungan teks iklan produk menerapkan tindak tutur asertif dan direktif dan dengan menekankan strategi tindak tutur tidak langsung tidak literal. Sesuai dengan situasi ujar konatif, referensial, metalinguistik, ekspresif, puitik dan fatik, strategi tersebut digunakan untuk merepresentasikan fungsi komunikasi ekspresif, informasi, deskripsi dan argumentasi. Pemahaman teks dihasilkan berdasarkan eksplikaturnya, kemudian dengan menghubungkan konteks untuk memahami proposisi-proposisi yang dimunculkan sebagai implikatur. Dari proposisi-proposisi kontekstual menunjukkan kecenderungan pengetahuan bersama menjadi dasar penentuan implikatur. Kebaruan hasil pembahasan penelitian menunjukkan strategi tindak tutur tidak langsung tidak literal difungsikan untuk tidak mendesak khalayak terhadap produk dan mengkomunikasikan secara samar-samar hal-hal yang porno. Hal ini sejalan dengan pendapat Brown dan Levinson (1987) strategi bertutur samar-samar diorientasikan untuk menghasilkan kesantunan. Ditegaskan pula oleh Simpson (2001) bahwa komunikasi samar-samar untuk tidak memaksimalkan maksud penutur terhadap khalayaknya. Komunikasi samar-samar tidak berarti menghilangkan rasionalitas atau menginformasikan hal-hal yang objektif, menghindari bertutur implisit, dan menghindari penafsiran. Temuan ini melengkapi gagasan Crook dan Tanaka bahwa komunikasi samar-samar dapat dilakukan dengan menyamarkan pesan 'vulgar/porno' melalui pilihan kata-kata tertentu. Samar tidaknya suatu komunikasi bergantung pada seberapa besar daya ostensif tuturan memiliki keberkaitan dengan konteks yang dibicarakan. Hal ini ditentukan oleh elemen-elemen tanda dalam tuturan.

Kata-kata kunci: pragmatik, tindak tutur, implikatur, makna asosiatif pornografi, pengetahuan bersama.

ABSTRACT

Sri Wiryanti BU. T 130207003. 2015. Associative Meaning of Pornography on Printing Media Advertisements. Pragmatic Study. Disertation. Post-Graduate Program of Sebelas Maret University of Surakarta. Advisors: Prof.Dr.M. Sri Samiati Tarjana (Promotor), Prof. Dr. H.D. Edi Subroto (co-Promotor).

Pornography is not a thing considered taboo in advertising media, it is even seen as an element of attention grabber. Departing from the understanding of covert communication of the things porn / taboo in product advertising, this study aimed to describe the characteristics of advertising texts of associative pornography products, includes; (1) the forms of text (2) types of speech acts use and the strategies, and (3) implicature and the pragmatic force. Theory of Sign applied to understand the involvement of various aspects of signs making up the texts. Theory of Relevancy is applied to understand texts with their purposes, implications and the pragmatic force. Through qualitative approach, this study examined 105 data of advertising products out of magazines, tabloids, and newspapers. The data collection process in this study applied methods beginning from clipping, reducing, and deciding the advertisements containing the associative meanings of pornography, both verbally and nonverbally texts. Data validation applied method of triangulation data through implementing questionnaires and FGD (Focus Group Discussion). Technique of data analysis is done by classifying types of the products, illustrations and backgrounds, as well as their verbal aspects to get the textual and contextual aspects. Contextual analysis applied method of framing analysis. Advertisements which contain the associative meaning of pornography are not limited to products related to the sexual matters, they tend to be realized in language varieties and colloquial forms of language. The sexual problems are, thus, reflected on the pornographic issues related to passion and lust, libido encouragement and sexual activities. Texts of pornography issues are communicated by associative meaning of pornography through declarative modus of referential rationalization. This corresponds to the tendency of texts advertising products applying the assertive and directive speech acts and by emphasizing strategy of indirect and non-literal speech acts. The situational connative speech act of referential, expressive metalinguistics, poetic and phatic, are strategies employed to represent the communicative functions of expressive, informative, descriptive, and argumentative. The textual understanding is achieved from the explicature, which associate the contexts to understand propositions that are emerged to as the implicature. The contextual propositions show that common knowledge of the audiences determines accounts for implicature. The novelty of these research shows that strategies of the indirect and non-literal speech acts are functioned to demand the audiences toward the offered products and that they covertly communicate of the porn things. In line with Brown and Levinson (1987) idea that proposed covert communication is oriented to produce politeness. As Simpson (2001) firmly asserts that the covert communication is meant to maximalize speaker's meaning to the audiences. Covert communication is not meant to omit rationality or to inform objective things, avoid implicit speaking, and avoid interpretations. To complete both Crook's and Tanaka's findings, that the covert communications can be realized through disguising the pornographic messages of specific words choices. Either the communication is covertly realized or not it depends on how much the ostensive force the utterances to refer to the discussed contexts. Covert communication is determined by the motivated elements of sign which become the shared knowledge of the participants.

Key words: pragmatic, implicature, speech acts, implicature, associative meanings of pornography, shared knowledge.