



## JURNAL PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

Halaman Jurnal: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jurdiqbud>

Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php>

### ANALISIS PRAANGGAPAN DALAM IKLAN BCA REALITA RAMADAN DARI MATA CHRISTINE HAKIM #TIBATIBATENANG DI YOUTUBE DI YOUTUBE

Aisyah Salma Rasyidah<sup>1</sup>, Muhammad Sulton Maulana<sup>2</sup>, Muhammad Rohmadi<sup>3</sup>

[aisyahsalma@student.uns.ac.id](mailto:aisyahsalma@student.uns.ac.id)<sup>1</sup>, [sultonm1909@student.uns.ac.id](mailto:sultonm1909@student.uns.ac.id)<sup>2</sup>, [rohmedi\\_dbe@yahoo.com](mailto:rohmedi_dbe@yahoo.com)<sup>3</sup>

Universitas Sebelas Maret

#### ABSTRACT

*This study aims to describe the forms of presuppositions and to describe the types of presuppositions based on George Yule's theory in BCA advertisements on the reality of Ramadan from the eyes of Christine Hakim #tibatibatenang on YouTube. This research is a qualitative descriptive research using document analysis method. The data sources used are words, phrases, and sentences that have presupposition indicators in BCA advertisements on the reality of Ramadan from the eyes of Christine Hakim #tibatibatenang on YouTube. The data was analyzed through 5 stages, namely identifying the data, classifying the data, describing the data, concluding the data, and presenting the results of data analysis. The researcher concluded that the results of this study contained 12 research data that had been collected, there were 4 existential presuppositions, 3 inactive presuppositions, 1 lexical presupposition, 2 non-factive presuppositions, 1 counterfactual presupposition, and 1 structural presupposition.*

**Keywords:** *Presupposition, advertising, BCA, Ramadhan*

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk praanggapan serta mendeskripsikan jenis-jenis praanggapan berdasarkan teori George Yule dalam iklan BCA *realita ramadan dari mata christine hakim #tibatibatenang* di *youtube*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis dokumen. Sumber data yang digunakan merupakan kata, frasa, maupun kalimat yang memiliki indikator praanggapan pada iklan BCA *realita ramadan dari mata christine hakim #tibatibatenang* di *youtube*. Data tersebut dianalisis melalui 5 tahapan, yaitu pengidentifikasian pada data, mengklasifikasi data, mendeskripsikan data, menyimpulkan data, serta menyajikan hasil analisis data. Peneliti menyimpulkan bahwa hasil penelitian ini terdapat sebanyak 12 data penelitian yang telah dikumpulkan terdapat 4 praanggapan eksistensial, 3 praanggapan faktif, 1 praanggapan leksikal, 2 praanggapan nonfaktif, 1 praanggapan konterfaktual, dan 1 praanggapan struktural.

**Kata Kunci:** Praanggapan, Iklan, BCA, Ramadhan

#### PENDAHULUAN

Praanggapan adalah suatu hal yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Kita seringkali membuat asumsi atau kesimpulan sebelum memperoleh informasi yang cukup atau sebelum memahami situasi yang sebenarnya. Elizabeth Loftus, seorang psikolog dan pakar ingatan, telah melakukan penelitian tentang praanggapan dan menemukan bahwa ingatan seseorang dapat dipengaruhi oleh informasi yang salah atau menyesatkan yang diberikan sebelumnya. Ia menyatakan bahwa praanggapan dapat mempengaruhi cara seseorang mengingat atau memahami suatu kejadian. Sejalan dengan pendapat tersebut Edward Said, seorang ahli sastra dan pemikir politik, menyoroti pentingnya memahami praanggapan dalam konteks orientalisme dan konstruksi identitas budaya. Menurutnya, praanggapan dapat digunakan sebagai alat untuk mendiskreditkan budaya atau masyarakat

tertentu, serta untuk menegaskan kekuasaan dan dominasi atas kelompok tersebut. Namun, kebiasaan ini dapat menjadi penghalang dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain, serta dalam pengambilan keputusan yang akurat. Edward Said, seorang ahli sastra dan pemikir politik, menyoroti pentingnya memahami praanggapan dalam konteks orientalisme dan konstruksi identitas budaya. Menurutnya, praanggapan dapat digunakan sebagai alat untuk mendiskreditkan budaya atau masyarakat tertentu, serta untuk menegaskan kekuasaan dan dominasi atas kelompok tersebut.

Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang populer digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Namun, terkadang iklan dapat mengandung praanggapan yang salah atau tidak akurat tentang konsumen atau produk. Dalam artikel ini, kami akan menganalisis iklan BCA yang baru-baru ini ditayangkan di televisi dengan tujuan untuk mengetahui apakah iklan tersebut mengandung praanggapan atau tidak

Melalui analisis ini, kami akan mengevaluasi pesan iklan, nada suara, visual, dan pesan yang disampaikan. Kami akan mempertimbangkan apakah iklan tersebut mengandung stereotip atau asumsi yang tidak akurat tentang konsumen atau produk, dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi dan tanggapan konsumen terhadap iklan dan merek.

Tujuan dari artikel ini adalah untuk meningkatkan pemahaman pembaca tentang pentingnya menganalisis iklan secara kritis dan melihat lebih jauh dari apa yang ditampilkan di layar. Dengan melakukan analisis iklan BCA ini, kami berharap pembaca dapat memahami bagaimana iklan dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan mengidentifikasi apa yang sebenarnya diinginkan oleh perusahaan dari iklan mereka.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Berkaitan dengan teknik pengumpulan data, penelitian ini juga melakukan penganalisisan data. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah iklan perbankan, yaitu *BCA realita ramadan dari mata christine hakim #tibatibatenang di youtube*. Data tersebut diperoleh dari tuturan dalam iklan *BCA realita ramadan dari mata christine hakim #tibatibatenang di youtube*. Dalam menganalisis data, teknik analisis yang akan ditempuh sebagai berikut : Mengidentifikasi kata, frasa, maupun kalimat yang memiliki indikator praanggapan dalam setiap iklan berdasarkan teori George Yule, Mengklasifikasi data yang telah ditemukan sesuai dengan jenis-jenis dan bentuk praanggapan, Menganalisis dan mendeskripsikan secara detail permasalahan yang terdapat pada data praanggapan berdasarkan teori George Yule, Menyimpulkan data yang telah dianalisis. Menurut Arikunto sebuah penelitian analisis dokumentasi merupakan penelitian yang dilakukan kepada sebuah informasi yang didokumentasikan dalam rekaman, baik gambar maupun suara dan tulisan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Praanggapan Eksistensial

#### 1. Praanggapan Eksistensial Penanda Nomina

(a) "rayakan kembali serunya silaturahmi dengan freedom internet"

(<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Ditemukan bentuk tuturan praanggapan eksistensial yang ditandai dengan kalimat nomina, dimana ditemukannya penyebutan merek *BCA Mobile*. Nama produk perbankan itu adalah *BCA Mobile*. Tuturan terjadi ditengah video di mana Christine Hakim lupa membawa dompet sehingga iya membayar makanan yang telah dibeli dengan qris *BCA Mobile*. Pernyataan dalam tuturan tersebut mempresuposisikan bahwa adanya keberadaan produk *BCA Mobile* sebagai pembayaran digital.

#### 2. Praanggapan Eksistensial dengan Penanda Frasa Nomina

(a) Seharusnya eyang pakai fitur life style di *BCA Mobile*

(<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Pernyataan dalam tuturan (a) mengindikasikan adanya keberadaan produk sebagai penanda praanggapan eksistensial. Keberadaan produk tersebut ditunjukkan dengan adanya frasa nominal, yaitu fitur life style “di *BCA Mobile*”. Tuturan percakapan tersebut berlangsung di rumah Ketika cucu Christine Hakim menyarankan agar ia memakai fitur dari *BCA Mobile* tersebut. Pada tuturan percakapan ini ditemukan adanya entitas yang mempresuposisikan bahwa adanya keberadaan produk yaitu fitur life style “di *BCA Mobile*”. fitur life style di “*BCA Mobile*” merupakan produk mempermudah kegiatan pembelian barang secara online. Pernyataan dalam dalam tuturan percakapan tersebut mempresuposisikan bahwa adanya keberadaan produk perbankan online yang bernama fitur life style “di *BCA Mobile*”.

#### 3. Praanggapan Eksistensial dengan Penanda Keterangan Waktu

(a) Tiba-tiba sudah *Ramadhan lagi*

(<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Ditemukannya praanggapan eksistensial pada tuturan (a) yaitu frasa *Ramadhan lagi*. Tuturan tersebut dilakukan oleh Christine Hakim yang ditujukan kepada penonton yang menandakan waktu puasa telah tiba. Topik tuturan yang disampaikan adalah mengenai ucapan berpuasa. Frasa *Ramadhan* ini mempresuposisikan waktu berpuasa yang terjadi Ketika Ramadhan.

#### 4. Praanggapan Eksistensial dengan Penanda Keterangan Tempat

(a) Tiba-tiba semua *tempat makan* di tutup tirai

(<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Pada tuturan tersebut (a) entitas yang menerangkan praanggapan eksistensial keterangan tempat ditunjukkan oleh frasa *tempat makan*. Percakapan ini terjadi Christine Hakim bercerita mengenai kebiasaan rumah makan yang akan menggunakan penutup tirai Ketika buka disiang hari waktu puasa. Topik pembicaraan pada percakapan tersebut adalah

Aisya Salma Rasyida dkk / Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan Vol 3. No.1 Maret (2023) pp. 83 - 88  
 peristiwa rumah makan yang tutup tirai Ketika ramadhan. Oleh karena itu, frasa tempat makan mempresuposisikan tempat untuk membeli makanan.

## **B. Praanggapan Faktif**

### **1. Praanggapan Faktif dengan Penanda Verba**

- (a) Tiba-tiba masak juga jadi nambah, karea tiba-tiba, cucu mau *dating*  
 (<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Dalam tuturan (a) penanda munculnya praanggapan faktif ditandai oleh verba datang. Terkait konteks, penutur adalah Christine Hakim yang bercerita tentang porsi masakan yang dibuat menjadi menambah karena cucunya hendak datang. Kata tambah menandakan adanya pernyataan bahwa cucu dari Christine Hakim hendak datang

### **2. Praanggapan Faktif dengan Penanda Adjektiva**

- (a) Berbuka semakin *manis*  
 (<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Berdasarkan penanda munculnya praanggapan faktif, tuturan (a) dikategorikan sebagai tuturan yang mengandung praanggapan faktif karena terdapat adjektiva sebagai penanda praanggapan faktif. Tuturan tersebut terjadi saat penyanyi video bernyanyi berbuka semakin manis disaat Christine Hakim dapat membayar menggunakan qris ketik dompetnya tertinggal. Kata manis tersebut mempresentasikan rasa gembira dan lega disaat berbuka.

### **3. Praanggapan Faktif dengan Penanda Frasa Numeral**

- (a) Tiba-tiba masak juga jadi *nambah*, karea tiba-tiba, cucu mau *dating*  
 (<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Penanda yang mengindikasikan tuturan (a) mengandung praanggapan faktif adalah ditandai dengan adanya frasa numeral, yaitu *nambah*. Tuturan (a) berlangsung saat Christine Hakim bercerita bahwa saat di bulan puasa bisa saja porsi masakan yang di masak akan bertambah dikarenakan cucunya akan datang. Frasa nambah memberikan fakta bahwa disaat itu cucunya akan *dating* berbuka puasa membawa teman-temannya sehingga porsi makanan yang dimasak pastinya akan lebih banyak dari biasanya.

## **C. Praanggapan Leksikal**

- (a) Kalau tidak mampu, ya tidak mampu  
 (<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Adanya tuturan praanggapan leksikal dapat dijumpai pada tuturan (1), yaitu tidak mampu. Tuturan terjadi ketika titin diberikan wejangan oleh seorang pria bahwa ia harus membayar zakat, dikatakan bila ia tidak mampu membayar zakat maka tidak mampu. Praanggapan yang dapat diasumsikan dari tuturan (a) yakni, apabila titin tidak mampu membayar zakat maka ia termasuk golongan orang yang tidak mampu.

#### **D. Praanggapan Nonfaktif**

##### **1. Praanggapan Nonfaktif dengan Penanda Verba**

- (a) *Berbisik* dalam bahasa pasir  
(<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Tuturan (1) mengandung praanggapan nonfaktif. Tuturan tersebut berlangsung di gurun yang kering kerontang. Praanggapan nonfaktif dalam tuturan (1) ditemukan adanya kata *berbisik* yang termasuk sebagai verba. Berdasarkan penanda verba tersebut, dapat diasumsikan bahwa pasir tersebut berbisik kepada Christine Hakim, tetapi dalam kehidupan nyata tuturan tersebut belum tentu seperti yang dituturkan karena sebuah pasir tidak mungkin dapat berbicara apalagi berbisik.

##### **2. Praanggapan Nonfaktif dengan Penanda Konjungsi**

- (a) *Di* jalan banyak toko yang tutup, di perumahan banyak yang buka toko  
(<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Konjungsi *di* dalam tuturan (a) menjadi tanda adanya praanggapan nonfaktif. Konteks dalam tuturan ini berlatar di daerah perumahan. Topik tuturan (a) mengenai warga yang berjualan selama ramadhan. Kata *di* menunjukkan lokasi berjualan di kompleks perumahan. Hal ini karena selama Ramadhan warga hendak berjualan saja di depan rumah, bukannya membuka toko yang telah tutup

#### **E. Praanggapan Struktural**

- (a) Apa yang akan ibu lakukan ?  
(<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Tuturan (a) mengandung praanggapan struktural berupa kata tanya. Kata tanya tersebut adalah apa. Adanya tuturan ini dipengaruhi oleh konteks yang sedang berlangsung antara Christine Hakim dan pemilik warung yang sedang berdiskusi untuk menentu cara membayar makanan yang akan dipesan ketika dompet Christine Hakim tertinggal. Topik tuturan ini yaitu tentang dompet Christine Hakim yang tertinggal sehingga ia berdiskusi mengenai cara pembayaran dengan penjual. Praanggapan yang muncul dari tuturan (a) tersebut menunjukkan Christine Hakim yang tidak membawa dompet maupun uang cash .

#### **F. Praanggapan Konterfaktual**

- (a) Tiba-tiba ramadhan  
(<https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>)

Tuturan (1) tersebut mengandung praanggapan konterfaktual. Tuturan (a) terjadi saat Christine Hakim berbicara bahwa Ramadhan datang. Pada tuturan ini mengandung kontradiktif yang tidak mungkin terjadi. Kenyataannya tuturan tersebut kebalikan dari apa yang dikatakan penutur, sangat mustahil bahwa harus Ramadhan tiba-tiba datang. Oleh karena itu, tuturan (a) tersebut memiliki praanggapan yang dapat diasumsikan bahwa kenyataannya ramadhan tidak serta merta datang namun memiliki waktu tersendiri dan tetap, sehingga tuturan ini merupakan hal yang mustahil dan tidak masuk akal dapat terjadi.

## KESIMPULAN

Hasil dari analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat unsur dominan pada penunggunaan praanggapan. Hal ini diperkuat dengan data yang dihimpun oleh peneliti yaitu dari 12 data penelitian yang telah dikumpulkan terdapat 4 praanggapan eksistensial, 3 praanggapan faktif, 1 praanggapan leksikal, 2 praanggapan nonfaktif, 1 praanggapan konterfaktual, dan 1 praanggapan struktural.

Dengan adanya penelitian mengenai praanggapan ini, dimaksudkan agar pembuat iklan lebih teliti dalam membuat narasi yang akan disampaikan kepada konsumen, dimana pembuat iklan haruslah menggunakan praanggapan eksistensial dan praanggapan faktual, hal ini dikarenakan kedua jenis praanggapan tersebut merupakan unsur penting dalam pembuatan sebuah iklan. Kemudian dengan adanya penelitian praanggapan ini, pembaca dapat lebih memahami maksud dan tujuan dari tuturan yang disampaikan agar tidak terjadi kesalahan dalam berkomunikasi.

## SARAN

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya adalah pentingnya mengkaji lebih dalam mengenai penggunaan praanggapan dan pembahasan lebih detail terkait jenis-jenis praanggapan yang ada dalam iklan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asia, P. B. (Director). (2023). *Realita Ramadan dari Mata Christine Hakim #TibaTibaTenang* [Motion Picture]. Retrieved from <https://youtu.be/o-xypJ8s2LY>
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Loftus, E. F. (1979). *Eyewitness Testimony*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Rosenthal, R., & Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the classroom*. *The Urban Review*, 3(1), 16-20.
- aid, E. W. (1978). *Orientalism*. Pantheon Books.
- Said, E. W. (1978). *Orientalism*. Pantheon Books.
- Yule, George. 2014. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.