

ABSTRAK

Khosnan Molyadi, 2024. *Praanggapan pada Slogan Iklan Rokok di Pamekasan*. Skripsi, Program Studi Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura. Dosen Pembimbing: Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto, M.Pd.

Kata Kunci: Praanggapan, Slogan Iklan Rokok.

Praanggapan dijadikan teori penelitian dikarenakan masyarakat mengenal istilahnya saja, namun tidak mengetahui bahwasanya praanggapan merupakan teori dan juga terdiri dari beberapa jenis-jenis praanggapan. Selain itu, peneliti memilih objek penelitiannya adalah slogan iklan rokok dikarenakan peneliti menganggap pada slogan iklan rokok menarik serta unik sehingga dapat menarik perhatian pembaca. Menariknya slogan iklan rokok tidak berkaitan langsung dengan rokok yang dipromosikan, slogan tersebut masih nampak tersirat, contohnya: “Ini asli gue” dan “pilih kualitas merah”. Keunikan pada slogan iklan rokok itu sendiri pada nama merek rokok itu mayoritas tidak dicantumkan di slogan.

Tujuan penelitian untuk mengklasifikasikan jenis-jenis praanggapan yang muncul pada slogan iklan rokok di Pamekasan dan mendeskripsikan makna tersembunyi pada slogan iklan rokok di Pamekasan.

Penelitian ini berjenis kualitatif, objek yang akan dikaji adalah slogan iklan rokok di Pamekasan. Penelitian ini bersifat deskriptif yang sumber datanya diperoleh secara langsung yang merupakan transkrip dari gambar. Pengumpulan data pada slogan iklan rokok di Pamekasan dilaksanakan pada bulan Oktober – Desember 2023. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah observasi secara langsung, dilanjutkan dengan teknik dokumentasi untuk memperoleh gambar dan diselesaikan dengan metode teknik csatat. Analisis data dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik pengecekan keabsahan data menggunakan teknik meningkatkan ketekunan untuk meningkatkan kredibilitas data dengan pasti dan secara sistematis.

Selama pelaksanaan pengumpulan data, data keseluruhan diperoleh sejumlah 38. Adapun hasil penelitian ini menegaskan bahwa dari 38 data slogan iklan rokok di Pamekasan yang dikumpulkan pada bulan Oktober – Desember 2023, dapat ditemukan lima jenis praanggapan. Sesuai data, ditemukan 4 Praanggapan Eksistensial, 28 Praanggapan Faktif, 3 Praanggapan Leksikal, 2 Praanggapan Struktural, 1 Praanggapan Non-faktif, dan 0 Praanggapan Konterfaktual. Jenis praanggapan yang paling muncul pada slogan iklan rokok di Pamekasan adalah praanggapan faktif. Hal ini dikarenakan informasi yang disampaikan oleh produk rokok merupakan informasi yang ingin diterima oleh konsumen untuk mendapatkan keyakinan sehingga konsumen atau masyarakat cenderung percaya bahwa apa yang disampaikan adalah fakta adanya.