

INTONASI KALIMAT TANYA PADA IKLAN EDEKA

Gaudensia Khatarina Bria

Program Studi S-1 Sastra Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
gaudensia.19022@mhs.unesa.ac.id

Agus Ridwan

Program Studi S-1 Sastra Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
agusridwan@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola intonasi dan bentuk aksentuasi kalimat tanya pada iklan Edeka yang dianalisis menggunakan teori Duden Grammatik 4. Intonasi berperan penting dalam iklan verbal karena nada yang dihasilkan menjadi perantara untuk menyampaikan makna kata atau kalimat kepada penerima pesan yang menjadi latar belakang penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode simak catat. Data penelitian yang digunakan adalah teks-teks verbal kalimat tanya bahasa Jerman pada iklan Edeka yang didapatkan melalui youtube. Data tersebut dianalisis melalui 4 tahapan, yaitu pengumpulan data, pengklasifikasian data, pendeskripsikan data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menyimpulkan teks-teks verbal kalimat tanya bahasa Jerman memiliki berbagai pola intonasi, yaitu LHH, LLH, LHLL, LHLHLH, dan LHLLHH. Selanjutnya, pola intonasi tersebut dianalisis lebih dalam untuk pengklasifikasian ke dalam bentuk aksentuasi kalimat tanya. Hasilnya ditemukan data yang diklasifikasikan frasa mit fallendem Akzent (H*L), frasa mit Hochakzent (H*), frasa mit steigendem Akzent (L*H), dan frasa mit Tiefakzent (L*).

Kata kunci: pola intonasi, aksentuasi, bentuk aksentuasi, iklan, kalimat tanya.

Abstract

This study aims to describe the intonation patterns and accent forms of interrogative sentences in Edeka advertisements which are analyzed using Duden Grammatical theory 4. Intonation plays an important role in verbal advertisements because the resulting tone becomes an intermediary to convey the meaning of words or sentences to the recipient of the message which is the background of this research. . The research method used is descriptive qualitative with note-taking method. The research data used are verbal texts of interrogative sentences in German in Edeka advertisements obtained through YouTube. The data was analyzed through 4 stages, namely data collection, data classification, data description, and drawing conclusions. The results of the study concluded that verbal texts of interrogative sentences in German have various intonation patterns, namely LHH, LLH, LHLL, LHLHLH, and LHLLHH. Furthermore, the intonation pattern is analyzed more deeply to classify it into the accent form of interrogative sentences. As a result, data was found that classified mit fallendem Akzent (H*L), Hochakzent (H*), mit steigendem Akzent (L*H), and Tiefakzent (L*) fragments.

Keywords: intonation patterns, accents, accent forms, advertisements, interrogative sentences.

Abstrakt

In dieser Studie geht es darum, die, mittels der Duden-Grammatiktheorie 4 analysierten, Intonationsmuster und Akzentformen von Fragesätzen in Edeka-Werbung zu beschreiben. Die Intonation spielt in der verbalen Werbung eine wichtige Rolle, da der resultierende Ton zum Vermittler wird, um dem Empfänger der Nachricht die Bedeutung eines Wortes oder Satzes zu vermitteln, was den Hintergrund dieser Forschung darstellt. Die verwendete Untersuchungsmethode ist deskriptiv qualitative mit angewandter Aufzeichnungsmethode. Bei den verwendeten Daten handelt es sich um verbale Texte von Fragesätzen in deutscher Sprache von Edeka-Werbung aus Youtube. Die Daten wurden in vier Phasen analysiert: Sammlung der Daten, Klassifizierung der Daten, Beschreibung der Daten, und Zusammenfassung der Daten. Die Ergebnisse der Studie kamen zu dem Schluss, dass es verbale Texte deutscher Fragesätze mit verschiedenen Intonationsmustern gibt, nämlich LHH, LLH, LHLL, LHLHLH und LHLLHH. Darüber hinaus wird das Intonationsmuster genauer analysiert, um es in die Akzentform von Fragesätzen einzuordnen. Als Ergebnis wurden Daten gefunden, die als Fragen mit fallendem Akzent (H*L), Fragen

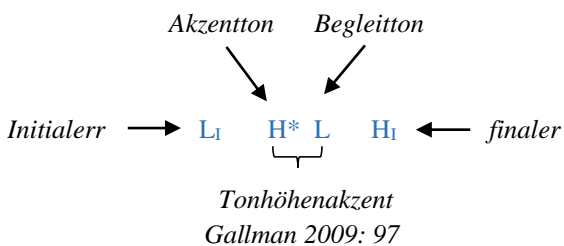
mit Hochakzent (H*), Fragen mit steigendem Akzent (L*H), und Fragen mit Tiefakzent (L*) klassifiziert wurden.

Schlüsselwörter: intonationsmuster, Akzente, Akzentformen, werbung, Fragesatz

PENDAHULUAN

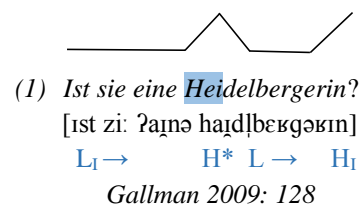
Iklan merupakan sebuah cara berkomunikasi antar konsumen dan produsen yang berperan penting dalam berlangsungnya proses jual-beli yang sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Iklan dapat disebarakan melalui dua cara yaitu secara verbal maupun non-verbal. Iklan non-verbal adalah iklan yang disebarakan melalui sebuah kata-kata atau kalimat. Sedangkan iklan verbal adalah iklan yang disebarakan melalui sebuah kata-kata atau kalimat dengan bantuan tuturan manusia. Suara pada iklan verbal yang dihasilkan oleh tuturan disebut juga intonasi.

Dalam linguistik, kajian tentang bunyi atau suara terdapat dalam kajian fonologi suprasegmental yang meliputi intonasi, nada, aksen dan tekanan. Intonasi menggambarkan melodi ucapan lisan atau disebut juga tinggi rendahnya kalimat yang memberikan penekanan kata-kata tertentu dalam suatu kalimat (Jörg Peters, 2014: 5). Menurut Gallman (2009) dalam bahasa Jerman, intonasi memiliki dua nada yaitu nada rendah yang dilambangkan dengan (L) dan nada tinggi yang dilambangkan (H). Jika terdapat lebih dari satu titik yang sama, maka dapat ditelaah dengan tanda panah (→). Nada intonasi dapat ditelaah menjadi empat bagian, yaitu *Akzenttöne*, *Begleitöne*, *Grenztöne* dan *Phrasentöne*. *Akzenttöne* adalah nada aksen yang terikat dengan kemunculan suku kata beraksen yang diidentifikasi dengan tanda bintang (H*, L*). *Begleitöne* adalah nada pengiring yang selalu muncul bersamaan dengan nada aksen. *Grenztöne* adalah nada batas yang ditandai dengan \uparrow (H₁ L₁). *Phrasentöne* adalah nada frasa yang diasumsikan untuk beberapa bahasa dan dialek. Nada aksen beserta dengan nada yang menyertainya membentuk aksen nada. Berikut contoh skema intonasi:



Aksen adalah tekanan suara pada kata atau suku kata. Suku kata umumnya dianggap beraksen jika mereka menerima tekanan yang jauh lebih besar dari pada suku kata yang lainnya (Blühndorn 2013: 252). Untuk menentukan aksen, terdapat 3 langkah yaitu menentukan konstituen fokus, menentukan eksponen, dan menentukan suku kata fokus. Konstituen fokus adalah sebuah kalimat menentukan unit sintaksis mana dari kalimat tersebut yang ditekankan. Ini bisa seluruh kalimat atau sebagian dari kalimat. Eksponen fokus adalah bagian yang mampu memproyeksikan fokus ke seluruh konstituen. Suku kata fokus adalah suku kata dalam eksponen fokus yang mengandung tekanan kata utama (*Hauptakzent*) diidentifikasi sebagai suku kata aksen fokus (*Fokusakzentsilbe*). Untuk menentukan suku kata fokus, menggunakan 4 aturan tekanan kata, yaitu *Einfache Wörter*, *Suffixbildungen*, *Präfixbildungen* and *Partikelverben*, dan *Komposita* (*Zusammensetzungen*). *Einfache Wörter* adalah penekanan dalam kata sederhana, di mana apabila suku kata terakhir dapat ditekan maka ditekankan. Ini biasanya pada bagian terakhir atau kedua dari belakang. *Suffixbildungen* adalah penekanan di mana sebagian besar *Ableitungssuffixe* adalah *betonungsneutral*. *Präfixbildungen* and *Partikelverben* adalah penekanan dalam Prefiks kata kerja yang tak terpisahkan dan *trennbar*. *Komposita* (*Zusammensetzungen*) adalah penekanan jika terdapat komposisi dua bagian, maka bagian pertama yang ditekankan.

Berikut contoh kalimat dalam penetapan aksen.



Suku kata 'hei' adalah suku kata fokus, *heidelbergerin* adalah eksponen fokus, dan seluruh kalimat adalah konstituen fokus.

Lebih dalam, Gallman (2009) membagi aksen kalimat tanya bahasa Jerman menjadi empat bagian yaitu, *Fragen mit fallendem Akzent*, *Fragen mit Hochakzent*, *Fragen mit steigendem Akzent*, dan *Fragen mit Tiefakzent*. *Fragen mit fallendem Akzent* (H*L)

merupakan kalimat pertanyaan dengan aksentu turun yang memiliki jawaban sebatas apa yang ditanyakan secara langsung. Berikut contoh aksentu turun:

- (2) {Sind Sie eine Heidelbergerin?}₁ - Ja
 [zɪnt zi: ʔaɪnə haɪdl̩bɛʁgəʁɪn]
 L₁ → H* L → L₁

Kalimat (2) merupakan *verbsfragesatz* atau *entscheidungsfrage* dimana menyiratkan bahwa penerima pertanyaan adalah seorang *heidelbergerin* atau bukan, lalu ya atau tidak saja sudah cukup sebagai jawaban

Fragen mit Hochakzent (H*) merupakan kalimat pertanyaan dengan aksentu tinggi yang cocok untuk jenis kalimat tanya alternatif. Berikut contoh aksentu tinggi:

- (3) {Schoko?}₁ {Vanille?}₁ {Heidelbeere?}₁
 [ʃo:ko] [vanɪlə] [haɪdl̩be:ʁə]
 L₁ H* H₁ L₁ H* H₁ L₁ H* → H₁

Penggunaan aksentu tinggi lebih dapat diterima untuk kalimat (3), dan pertanyaan tunggal seperti (4) *Willst du Schoko oder Vanille oder Heidelbeere?* lebih disarankan menggunakan aksentu tinggi.

Fragen mit steigendem Akzent (L*H) merupakan kalimat pertanyaan dengan aksentu naik yang lebih mungkin muncul pada jenis kalimat tanya yang memulai reorientasi tematik. Berikut contoh aksentu naik:

- (5) {Sind Sie eine Heidelbergerin?}₁ - Ja.
 [zɪnt zi: ʔaɪnə haɪdl̩bɛʁgəʁɪn]
 L₁ → L* H → H₁

Jawaban yang terbatas pada pertanyaan literal mungkin tampak kurang tepat setelah pertanyaan dengan aksentu naik (*steigendem Akzent*) daripada setelah pertanyaan dengan aksentu turun (*fallendem Akzent*) atau tinggi (*Hochakzent*).

Fragen mit Tiefakzent (L*) merupakan kalimat pertanyaan dengan aksentu dalam yang ditemukan pada jenis kalimat tanya yang diperluas atau memiliki pertanyaan lanjutan. Berikut contoh aksentu dalam:

- (6) {Kennen Sie eigentlich Rathenow?}₁
 [kɛn:ən zi: aɪŋtliç ʁa:təno]
 L₁ H* L L* → H₁
 Im Havelland?

Kalimat (6) dapat diterima karena penggunaan aksentu rendah lebih konsisten dengan tafsiran bahwa

pertanyaan lanjutan mengklarifikasi pertanyaan sebelumnya.

Kalimat tanya menurut Ridwan (2017: 75) adalah kalimat yang bertujuan meminta penjelasan terhadap suatu pertanyaan yang dapat diawali dengan bentuk *W-Frage* atau disebut juga *W-Fragesatz* atau *Ergänzungsfrage*, terdapat verba finit (*Verberstsätzefrage*, *W-verbzweisätzefrage*, *Verbzweisätze*) dan terdapat modus kata kerja konjungtif dan imperatif. Adapula beberapa kasus kalimat tanya tidak memerlukan jawaban atau disebut *rhetorische Fragen*, serta *Echofragesatz* juga dapat disisipkan kata tanya *W-* yang berada di posisi tengah. Karakteristik paling menonjol dari kalimat tanya ialah terdapat tanda tanya dan pola intonasi naik diakhir kalimat, sehingga hal itu yang membedakan dengan jenis kalimat lainnya.

Penelitian mengenai kalimat tanya sudah pernah diteliti oleh Aliefiah Mardiyah (2021) yakni bertujuan untuk mendeskripsikan konstruksi dan posisi verba teks kalimat tanya pada iklan teks *Deutsche Bahn*. Penelitian tersebut hanya berfokus pada unsur segmentalnya saja, sehingga hal itu yang membedakan dengan penelitian saat ini. Oleh sebab itu, penelitian mengenai suprasegmental terkhususnya intonasi dan bentuk aksentu masih menarik dan dapat dikaji.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan intonasi dan bentuk aksentu kalimat tanya pada iklan Edeka. Intonasi berperan penting dalam iklan verbal karena nada yang dihasilkan menjadi perantara untuk menyampaikan makna kata atau kalimat kepada penerima pesan. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Mahovsky (2007: 8) bahwa dalam iklan, penerima pesan adalah orang yang sangat penting dalam komunikasi iklan untuk menguntungkan kedua belah pihak. Peran dan fungsi yang paling penting dalam iklan adalah bahasa, sehingga tidak hanya pilihan kata yang tepat dan diungkapkan melalui cara yang tepat dan efektif, tetapi juga ketepatan bahasa harus membentuk unit iklan. Dengan demikian diharapkan penelitian ini dapat mempermudah pembaca memahami dan menginterpretasikan maksud dari teks-teks bahasa Jerman pada iklan verbal. Edeka merupakan perusahaan supermarket Jerman yang dibangun pada tahun 1907 dengan kantor pusat di Hamburg. Pada tahun 2017, Edeka mendominasi pasar sebesar 20,3%. Iklan Edeka merupakan jenis iklan elektronik sehingga terdapat tuturan yang dapat dianalisis, hal itu yang menjadikan iklan Edeka dipilih sebagai sumber data.

Oleh sebab itu, dapat ditarik permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini ialah bagaimana pola intonasi kalimat tanya pada iklan Edeka dan bagaimana bentuk aksent kalimat tanya pada iklan Edeka.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang dikumpulkan berupa kata-kata atau teks lalu diinterpretasikan oleh penulis menurut penjabaran dari penelitian-penelitian ilmuwan sebelumnya (Creswell dalam Conny 2010: 7).

Sumber data penelitian yang digunakan adalah iklan Edeka. Adapun iklan berikut sebagai sumber data yang didapatkan melalui youtube, serta penamaan kode pada masing-masing iklan.

1. Edeka Weihnachtswerbung 2022: Zusammen wird's ein Fest. Fest versprochen. <https://youtu.be/bahWtpQ6eKs> (Iklan 1/A)
2. Der Regentropfen, der eine Schneeflocke werden will | EDEKA Weihnachtswerbung 2021. <https://youtu.be/HVsydpGdGPY> (Iklan 2/B)
3. #HerrenDesFeuers – Edeka Werbung. <https://youtu.be/noEKku7eJOK> (Iklan 3/C)
4. Folge dem Herzen zu Grillgut aus der Region | EDEKA-Werbung 2022. https://youtu.be/XFak_7H0SQ (Iklan 4/D)

Data penelitian yang digunakan adalah teks-teks verbal kalimat tanya bahasa Jerman yang terdapat pada iklan Edeka. Data tersebut berbentuk kalimat yang ditulis beserta transkripsi fonetis.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik simak catat. Teknik simak catat adalah teknik mengumpulkan data dengan langsung mencatat hasil penyimakan data (Kesuma 2007: 45 dalam Kurniawati, dkk 2013: 66). Langkah - langkah pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan dengan cara menonton iklan Edeka melalui youtube dan menyimak secara seksama dan berulang-ulang, mencatat teks-teks verbal kalimat tanya bahasa Jerman, serta membuat transkripsi fonetisnya.

Setelah mendapatkan data, langkah berikutnya adalah menganalisis data dengan langkah – langkah yakni mengidentifikasi dan menganalisis titik nada intonasi teks-teks verbal kalimat tanya bahasa Jerman sesuai dengan tuturan. Setelah mendapatkan pola intonasi, penulis mengklasifikasikan data yang sudah

dianalisis nada intonasinya ke dalam bentuk aksent kalimat tanya sesuai teori Duden Grammatik 4 dengan 4 langkah, yakni menentukan konstituen fokus, menentukan eksponen fokus, menentukan suku kata fokus, serta menganalisis suku kata fokus untuk diklasifikasikan ke dalam bentuk aksent kalimat tanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

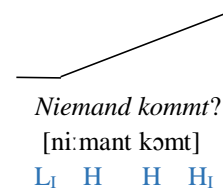
Berikut merupakan hasil penelitian dari 5 kalimat tanya dalam iklan Edeka. Hasilnya sebagai berikut.

A. Pola Intonasi

1. Pola Intonasi LHH

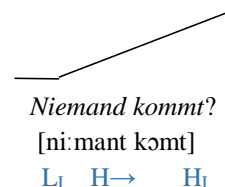
Data A/1

Kalimat '*Niemand kommt?*' merupakan kalimat tanya karena memiliki ciri-ciri struktur kalimat tanya, yaitu memiliki posisi verba finit kedua yaitu *kommt*, bertujuan meminta penjelasan, serta memiliki karakteristik yang unik, yaitu terdapat tanda tanya diakhir kalimat dan memiliki nada intonasi berakhiran nada naik. Menurut Gallman (2009) nada intonasi didapatkan dari nada ucapan yang hanya terdapat ditempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Dengan demikian didapatkan titik nada intonasi sesuai dengan tuturan sumber data.



Niemand kommt?
[ni:mant kɔmt]
L₁ H H₁

Titik [ni:] diidentifikasi nada rendah karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Titik [mant] dan [kɔmt] diidentifikasi nada tinggi karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Terdapat lebih dari satu titik nada tinggi yang saling berdekatan pada kata [mant] dan [kɔmt], sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (H→). Titik [ni:] diidentifikasi sebagai nada awal (L₁) dan [mt] sebagai nada akhir (H₁).



Niemand kommt?
[ni:mant kɔmt]
L₁ H→ H₁


2. Pola Intonasi LLH

Data D/1


Kalimat '*Was ich lieber?*' merupakan kalimat tanya karena diawali dengan *W-Frage*, penutur tidak mengharapkan jawaban sehingga disebut *rhetorische*

Intonasi Kalimat Tanya pada Iklan Edeka

Fragen, terdapat tanda tanya dan memiliki intonasi naik pada akhir kalimat. Menurut Gallman (2009) nada intonasi didapatkan dari nada ucapan yang hanya terdapat ditempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Dengan demikian didapatkan titik nada intonasi sesuai dengan tuturan sumber data.


Was ich lieber?
 [vas ɪç li:bə]
 L₁ L L H₁

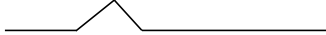
Titik [vas] [ɪç] dan [li:] diidentifikasi nada rendah karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Titik [bə] diidentifikasi nada tinggi karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Terdapat lebih dari satu titik nada tinggi yang saling berdekatan pada kata [vas] dan [ɪç], sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (H→). Titik [vas] diidentifikasi sebagai nada awal (L₁) dan [bə] sebagai nada akhir (H₁).


Was ich lieber?
 [vas ɪç li:bə]
 L₁→ L H₁

3. Pola Intonasi LHLL


Data C/1

Kalimat ‘*was ist bloß daraus geworden?*’ merupakan kalimat tanya karena diawali dengan *W-frage*, penutur tidak mengharapkan jawaban sehingga disebut *rhetorische Fragen*, terdapat tanda tanya dan memiliki intonasi naik pada akhir kalimat. Menurut Gallman (2009) nada intonasi didapatkan dari nada ucapan yang hanya terdapat ditempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Dengan demikian didapatkan titik nada intonasi sesuai dengan tuturan sumber data.


Doch heut', was ist bloß daraus geworden?
 [dɔx hɔɪt, vas ɪst blɔs daʁ:aʊs gəvɔʁdŋ]
 L₁ L H L L L₁

Titik [vas] [daʁ:aʊs] dan [gəvɔʁdŋ] diidentifikasi nada rendah karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Titik [blɔs] diidentifikasi nada tinggi karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [vas] hingga [ɪst] dan [daʁ:aʊs] hingga [gəvɔʁdŋ], sehingga dapat ditelaah

dengan dilambangkan anak panah (L→). Titik [vas] diidentifikasi sebagai nada awal (L₁) dan [dŋ] sebagai nada akhir (L₁).


Doch heut', was ist bloß daraus geworden?
 [dɔx hɔɪt, vas ɪst blɔs daʁ:aʊs gəvɔʁdŋ]
 L₁→ H L→ L₁


4. Pola Intonasi LHLHLH

Data A/2

Kalimat ‘*Mama, wie wird Sarah geschrieben?*’ merupakan kalimat tanya karena diawali dengan *W-Frage*, memiliki posisi verba kedua yaitu *wird* sehingga termasuk ke dalam *W-Fragesatz* atau *Ergänzungsfrage*, terdapat tanda tanya dan memiliki intonasi naik pada akhir kalimat. Menurut Gallman (2009) nada intonasi didapatkan dari nada ucapan yang hanya terdapat ditempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Dengan demikian didapatkan titik nada intonasi sesuai dengan tuturan sumber data.


Mama, wie wird Sarah geschrieben?
 [mama, vi: vɪʁt za:ka gəʃʁi:bən]
 L₁ L H L HL H₁

Titik [vi:] [ka] dan [ʃʁi:] diidentifikasi nada rendah karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Titik [za:] dan [gə] diidentifikasi nada tinggi karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [vi:] dan [vɪʁt], sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (L→). Titik [vi:] diidentifikasi sebagai nada awal (L₁) dan [bən] sebagai nada akhir (H₁).

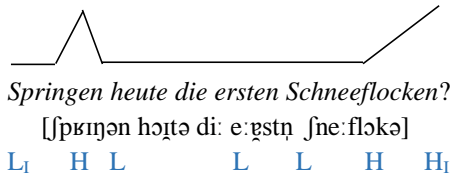

Mama, wie wird Sarah geschrieben?
 [mama, vi: vɪʁt za:ka gəʃʁi:bən]
 L₁→ H L HL H₁

5. Pola Intonasi LHLLHH

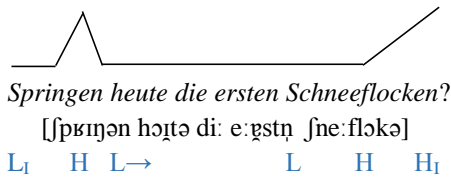
Data B/1

Kalimat ‘*Springen heute die ersten Schneeflocken?*’ merupakan kalimat tanya karena diawali dengan verba atau klausa verba pertama sehingga termasuk ke dalam kalimat tanya keputusan atau *Entscheidungsfrage*, terdapat tanda tanya dan memiliki intonasi naik pada akhir kalimat. Menurut Gallman (2009) nada intonasi didapatkan dari nada ucapan yang hanya terdapat

ditempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Dengan demikian didapatkan titik nada intonasi sesuai dengan tuturan sumber data.



Titik [ʃpʁɪ] [hɔɪ] dan [ʃne:] diidentifikasi nada rendah karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Titik [ŋən] dan [flo:kə] diidentifikasi nada tinggi karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [hɔɪtə] hingga [e:ɐstn̩], sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (L→). Titik [ʃpʁɪ] diidentifikasi sebagai nada awal (L₁) dan [flo:kə] sebagai nada akhir (H₁).

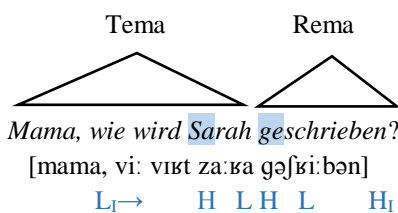


B. Bentuk Aksent

1. Fragen mit fallendem Akzent

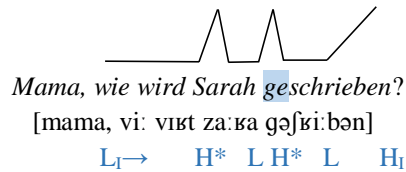
Data A/2

Kalimat *Mama, wie wird Sarah geschrieben?* diidentifikasi sebagian kalimat [vi: vɪɪt za:kə gəʃʁi:bən] sebagai konstituen fokus. Selanjutnya, untuk menentukan eksponen fokus hanya terdapat pada satu bagian. Eksponen fokus adalah bagian yang mampu memproyeksikan fokus ke seluruh konstituen serta mengandung tekanan kata utama (*Hauptakzent*). Sesuai aturan tekanan kata *Einfache Wörter* dan *Präfixbildungen und Partikelverben*, terdapat dua titik yang ditekan paling besar, yaitu [za:] dan [gə]. Oleh karena itu, dapat dibedakan menjadi dua bagian untuk menentukan eksponen fokus, yaitu [vi: vɪɪt za:kə] sebagai *Thema* karena awal pesan dan [gəʃʁi:bən] sebagai *Rhema* karena sisa pesan.

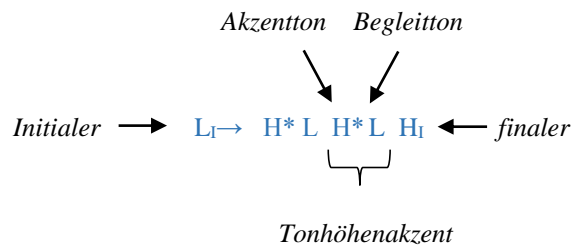


Dengan demikian ditetapkan [gəʃʁi:bən] sebagai eksponen fokus, dan ditetapkan [gə] sebagai suku kata

fokus karena mendapatkan tekanan paling besar dari titik nada yang lainnya, serta sesuai dengan aturan tekanan kata *Präfixbildungen und Partikelverben* bahwa tekanan kata ditentukan oleh prefiks kata kerja yang tak terpisahkan.



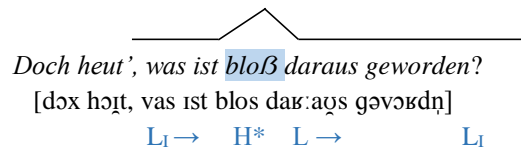
Sehingga didapatkan skema intonasi sebagai berikut.



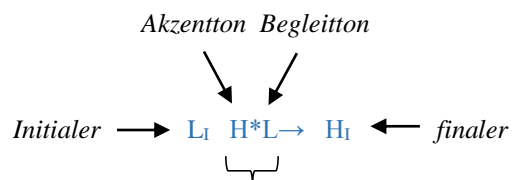
Kalimat tanya data A/2 memiliki ciri-ciri nada aksent H*, nada pengiring L, memiliki struktur kalimat tanya yang disampaikan secara lengkap dan merupakan *w-Fragesatz* atau *Ergänzungsfrage* sehingga diklasifikasikan *fragen mit fallendem Akzent (H*L)*.

Data C/1

Pada kalimat *Doch heut', was ist bloß daraus geworden?* diidentifikasi sebagian kalimat [vas ist blos da:ɔs gəvɔɐdn̩] sebagai konstituen fokus. Selanjutnya, eksponen fokus adalah bagian yang mampu memproyeksikan fokus ke seluruh konstituen serta mengandung tekanan kata utama (*Hauptakzent*). Oleh karena itu, ditentukan eksponen fokus, yaitu [blos]. Ditetapkan [blos] juga sebagai suku kata fokus karena mendapatkan tekanan paling besar dari titik nada yang lainnya, serta sesuai dengan aturan tekanan kata *Einfache Wörter* bahwa sebagian besar kata sederhana, suku kata terakhir yang dapat ditekan maka ditekankan.



Sehingga didapatkan skema intonasi sebagai berikut.



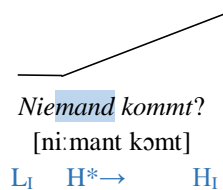
Tonhöhenakzent

Kalimat tanya data C/1 memiliki ciri-ciri nada aksen **H***, nada pengiring **L**, memiliki struktur kalimat tanya yang disampaikan secara lengkap dan merupakan *w-Fragesatz* atau *Ergänzungsfrage* sehingga diklasifikasikan *fragen mit fallendem Akzent (H*L)*.

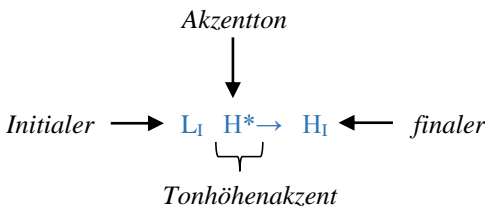
2. *Fragen mit Hochakzent*

Data A/1

Pada kalimat *Niemand kommt?* diidentifikasi seluruh kalimat [ni:mant kɔmt ɳ] sebagai konstituen fokus. Selanjutnya, eksponen fokus adalah bagian yang mampu memproyeksikan fokus ke seluruh konstituen serta mengandung tekanan kata utama (*Hauptakzent*). Oleh karena itu, ditentukan eksponen fokus, yaitu [ni:mant]. Ditetapkan [mant] sebagai suku kata fokus karena mendapatkan tekanan paling besar dari titik nada yang lainnya, serta sesuai dengan aturan tekanan kata *Einfache Wörter* bahwa sebagian besar kata sederhana, suku kata terakhir yang dapat ditekan maka ditekankan.



Sehingga didapatkan skema intonasi sebagai berikut.



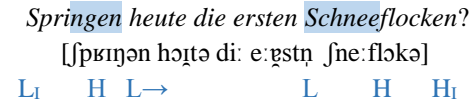
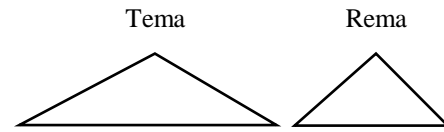
Kalimat tanya data A/1 memiliki ciri-ciri nada aksen **H***, tidak memiliki nada pengiring sehingga diklasifikasikan *fragen mit Hochakzent (H*)*.

3. *Fragen mit steigendem Akzent*

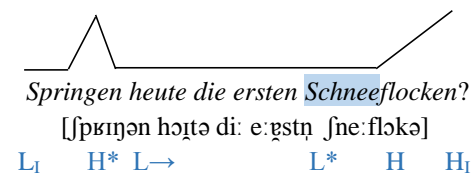
Data B/1

Kalimat *Springen heute die ersten Schneeflocken?* diidentifikasi sebagian kalimat [ʃpʁɪŋən hɔɪtə di: e:ɣstɳ ʃne:flokə] sebagai konstituen fokus. Selanjutnya, untuk menentukan eksponen fokus hanya terdapat pada satu bagian. Eksponen fokus adalah bagian yang mampu memproyeksikan fokus ke seluruh konstituen serta mengandung tekanan kata utama (*Hauptakzent*). Sesuai aturan tekanan kata *Einfache Wörter* dan *Komposita (Zusammensetzungen)*, terdapat dua titik yang ditekan paling besar, yaitu [ɳən] dan [ʃne]. Oleh karena itu,

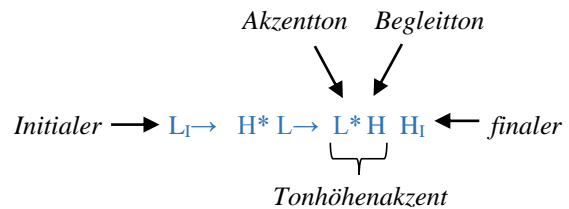
dapat dibedakan menjadi dua bagian untuk menentukan eksponen fokus, yaitu [ʃpʁɪŋən hɔɪtə di: e:ɣstɳ] sebagai *Thema* karena awal pesan dan [ʃne:flokə] sebagai *Rhema* karena sisa pesan.



Dengan demikian ditetapkan [ʃne:flokə] sebagai eksponen fokus, dan ditetapkan [ʃne:] sebagai suku kata fokus karena mendapatkan tekanan paling besar dari titik nada yang lainnya, serta sesuai dengan aturan tekanan kata *Komposita (Zusammensetzungen)* bahwa dalam komposisi dua bagian, maka bagian pertama yang ditekankan.



Sehingga didapatkan skema intonasi sebagai berikut.

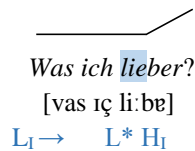


Kalimat tanya data B/1 memiliki ciri-ciri nada aksen **L***, nada pengiring **H** sehingga diklasifikasikan *fragen mit steigendem Akzent (L*H)*.

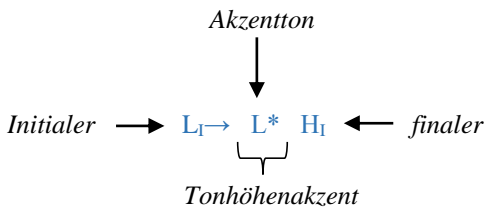
4. *Fragen mit Tiefakzent*

Data D/1

Pada kalimat *Was ich lieber?* diidentifikasi seluruh kalimat [vas ɪç li:bə] sebagai konstituen fokus. Selanjutnya, eksponen fokus adalah bagian yang mampu memproyeksikan fokus ke seluruh konstituen serta mengandung tekanan kata utama (*Hauptakzent*). Oleh karena itu, ditentukan eksponen fokus, yaitu [li:bə]. Ditetapkan [li:] sebagai suku kata fokus karena mendapatkan tekanan paling besar dari titik nada yang lainnya, serta sesuai dengan aturan tekanan kata *Einfache Wörter* bahwa sebagian besar kata sederhana, suku kata terakhir yang dapat ditekan maka ditekankan.



Sehingga didapatkan skema intonasi sebagai berikut.



Kalimat tanya data D/1 memiliki ciri-ciri nada aksen L* yang konsisten dan tidak memiliki nada pengiring sehingga diklasifikasikan *fragen mit Tiefakzent* (L*).

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada teks-teks verbal kalimat tanya bahasa Jerman pada iklan Edeka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Teks-teks verbal kalimat tanya bahasa Jerman pada iklan Edeka memiliki berbagai pola intonasi yang berbeda namun sama-sama memiliki pola intonasi berakhiran nada naik, yakni LHH, LLH, LHLL, LHLHLH, dan LHLH.
2. Dari pola intonasi tersebut didapatkan data yang diklasifikasikan ke dalam *fragen mit fallendem Akzent* yaitu data A/2 dan C/1 karena memiliki aksent nada H*L, struktur kalimat tanya yang disampaikan secara lengkap, merupakan w-Fragesatz atau *Ergänzungsfrage*, dan untuk menjawab pertanyaan ini sudah cukup hanya sebatas apa yang ditanyakan secara langsung. Data yang diklasifikasikan ke dalam *fragen mit Hochakzent* yaitu data A/1 karena memiliki aksent nada H*. Data yang diklasifikasikan ke dalam *fragen mit steigendem Akzent* yaitu data B/1 karena memiliki aksent nada L*H, serta ditemukan data yang dapat diklasifikasikan ke dalam *fragen mit Tiefakzent* yaitu data D/1 karena memiliki aksent nada L* yang konsisten.

Saran

Penelitian ini hanya berfokus pada unsur suprasegmental mengenai nada intonasi dan aksent. Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam mengenai unsur suprasegmental seperti jeda, durasi, panjang bunyi, dan *pitch*. Selain itu, penelitian ini juga dapat dikembangkan dengan

mengkaji apakah pola intonasi tertentu identik dengan jenis kalimat tanya tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. (2019). *Der Fragesatz im Deutsche und Arabischen*. University of Baghdad.
- Assmann, Anke. (2012). *Einfuehrung in die Phonologie*. Universitaet Leipzig.
- Conny, Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*. Jakarta: Gramedia.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Gallmann, P. (2009). *Duden Die Grammatik. Mannheim*: Dudenverlag
- Gerhard, H., Buscha, J. (2001). *Deutsche Grammatik*. Leipzig: Langenscheidt Verlag.
- Gussenhoven, Carlos. (2004). *The Phonology of Tone and Intonation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hall, Alan. (2011). *Phonologie Eine Einfuehrung*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH.
- Howe, Darin. (2003). *Segmental Phonology*. Canada: University Of Calgary
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kentner, Gerrit. (2022). "Phonetik und Phonologie des Deutschen". Dalam R. Klabunde, W. Mihatsch, S. Dipper. (2022). *Linguistik im Sprachvergleich*. Deutschland: Springer-Verlag.
- Kidder, Emily. (2008). "Tone, Intonation, Stress and Duration in Navajo". *Journal Coyote Papers*. Vol.16: hal.55-66.
- Kurniawati, Wisma, dkk. (2013). *Metodologi Penelitian Sastra Dan Bahasa*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Leeman, Adrian. (2012). *Swiss German intonation patterns*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Mahovsky, M. (2007). *Sprachliche Ausdrucksmittel der Werbung in der Lebensmittelindustrie*. Breclav: Institut für Germanistik, Masaryk Universität.
- Mardiyah, Aliefiah. (2021). Kalimat tanya pada Teks Iklan Deutsche Bahn. *E-Journal Identitaet*. Vol.10 No.02. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Muslich, Masnur. (2008). *Fonologi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Peters, Jörg. (2014). *Intonation*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter.

Intonasi Kalimat Tanya pada Iklan Edeka

- Poluan, Christania. (2019). Kalimat Tanya dalam Film Man Of Steel Karya David S. Goyer. *Jurnal Elektronik Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi*. Vol.9. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Ridwan, Agus. (2017). *Stilistika Bahasa Jerman*. Malang: UM Press.
- Roger, L. (1991). *Fonologi Sebuah pengantar untuk konsep-konsep dasar*. Terjemahan Warsono, dkk. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Setyaningsih, Yuliana, dkk. (2014). *Fonologi Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Saragih, Amrin. (2007). *Fungsi Tekstual dalam Wacana, Panduan Menulis Rema dan Tema*. Medan: Balai Bahasa Medan.
- Situmorang, James R. (2008). "Mengapa Harus Iklan?". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.4 (2): hal.99-200.
- Octavia, Wahyu. (2018). Penamaan Bunyi Segmental dan Suprasegmental Pada Pedagang Keliling. *Jurnal Bahasa Lingua Scientia*. Vol.10 No. 1. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Widyatama. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.