

## UNSUR SUPRASEGMENTAL KALIMAT DEKLARATIF PADA IKLAN 50 JAHRE LIDL

**Asfiyah Wulan Anggraini**

Program Studi S-1 Sastra Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

[asfiyahwulan.20004@mhs.unesa.ac.id](mailto:asfiyahwulan.20004@mhs.unesa.ac.id)

**Agus Ridwan**

Program Studi S-1 Sastra Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

[agusridwan@unesa.ac.id](mailto:agusridwan@unesa.ac.id)

### Abstrak

Seperti satuan lingual lainnya, aksent memiliki peranan yang penting dalam setiap bahasa, khususnya dalam bahasa Jerman lisan. Kadang kala dalam bahasa Jerman intonasi yang berbeda menunjukkan arti yang berbeda, seperti penggunaannya dalam iklan di media sosial, Youtube. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada deskripsi pola intonasi dan deskripsi aksent dalam iklan 50 Jahre Lidl di Youtube. Terkait dengan fokus penelitian ini, maka teori yang digunakan adalah teori intonasi dan aksent dari Gallman dalam Duden Grammatik 4. Selain itu, data yang digunakan adalah teks-teks kalimat deklaratif bahasa Jerman dalam iklan 50 Jahre Lidl di Youtube. Berdasar penggunaan teori aksent dan intonasi dari Gallman, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tujuh pola intonasi kalimat deklaratif, yaitu LHLLL, LHLL, LHL, LLHL, LHLHL, LHLHLHLL, dan LHLHLHLHL. Hasil penelitian berikutnya terkait dengan aksent dalam iklan tersebut menunjukkan bahwa ada tiga jenis aksent, yakni kalimat deklaratif dengan aksent turun (H\*L), kalimat deklaratif dengan aksent naik (H\*) dan kalimat deklaratif aksent dalam (L\*).

**Kata kunci:** *pola intonasi, aksent, kalimat deklaratif, iklan.*

### Abstract

Like other linguistic elements, the accent also plays an important role in spoken German, especially in advertising on social media and YouTube. This study deals with intonation patterns and accents in the "50 Jahre Lidl" advertisement on YouTube. Gallman's intonation and accent theory from Duden Grammatik 4 serves as the theoretical basis. The data consists of German declarative sentences in this advertisement. The results of this study indicate that there are seven intonation patterns: LHLLL, LHLL, LHL, LLHL, LHLHL, LHLHLHLL and LHLHLHLHL. Further results show three types of accents in advertising: declarative sentences with falling accent (H\*L), declarative sentences with high accent (H\*), and declarative sentences with low accent (L\*).

**Keywords:** *intonation patterns, accents, declarative sentences, advertising.*

### Auszug

Wie andere sprachliche Elemente spielt der Akzent auch im gesprochenen Deutsch eine wichtige Rolle, besonders in der Werbung auf sozialen Medien und YouTube. Diese Untersuchung beschäftigt sich mit Intonationsmustern und Akzenten in der "50 Jahre Lidl"-Werbung auf YouTube. Als theoretische Grundlage dient Gallmans Intonations- und Akzenttheorie aus der Duden Grammatik 4. Die Daten bestehen aus deutschen Aussagesätzen in dieser Werbung. Die Ergebnisse dieser Untersuchung deuten darauf hin, dass es sieben Intonationsmuster gibt: LHLLL, LHLL, LHL, LLHL, LHLHL, LHLHLHLL und LHLHLHLHL. Weitere Ergebnisse zeigen drei Arten von Akzenten in der Werbung: Aussagen mit fallendem Akzent (H\*L), Aussagen mit Hochakzent (H\*), und Aussagen mit Tiefakzent (L\*).

**Schlüsselwörter:** *intonationsmuster, Akzente, Aussagesätze, werbung.*

## PENDAHULUAN

Promosi memiliki kaitan yang sangat erat dengan iklan. Penyampaian informasi dalam iklan membutuhkan alat komunikasi berupa bahasa agar mudah dipahami dan menarik perhatian orang lain. Bahasa yang dikemas sedemikian rupa ini membuat sesuatu lebih menarik dan banyak diperhatikan. Kemenarikan ini menunjukkan bahwa bahasa memiliki fungsi yang beragam. Leech (dalam Hutahaean, 2004: 25) berpendapat bahwa bahasa memiliki lima fungsi, antara lain fungsi informasi untuk menyampaikan informasi, fungsi ekspresif untuk menyampaikan gambaran, fungsi direktif untuk mengarahkan sikap dan tingkah laku orang lain, fungsi fatik untuk mempererat kesinambungan dan fungsi estetik untuk menyampaikan keindahan.

Iklan dipahami sebagai sarana dalam penyampaian pesan baik secara verbal maupun non-verbal kepada khalayak yang bertujuan untuk memberikan informasi dan pengaruh untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Garret, 1961). Berdasarkan bentuk penyebarannya, iklan dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu iklan non-verbal dan verbal. Iklan non-verbal biasanya disampaikan melalui kata-kata maupun kalimat dan disebar melalui media cetak seperti koran, brosur, majalah. Sementara iklan verbal juga disampaikan melalui kata-kata maupun kalimat, tetapi penyebaran iklan verbal melalui media yang sedikit berbeda dengan iklan non-verbal yaitu melalui radio, televisi, maupun media sosial. Media iklan verbal dibantu dengan bantuan tuturan manusia.

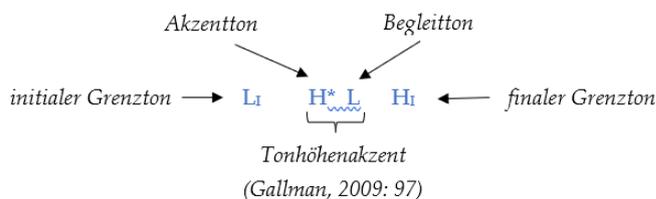
Sejalan dengan adanya iklan verbal dan fungsi bahasa, *Youtube* menjadi salah satu media dalam menyampaikan pesan iklan secara verbal karena menyajikan pesan ke konsumen secara lisan melalui tampilan video, teks, audio maupun animasi. Terdapat juga fungsi bahasa di dalamnya seperti fungsi informasi karena menyajikan informasi kepada konsumen. Melalui iklan verbal, intonasi memegang peranan penting karena nada yang diciptakan merupakan perantara penyampaian makna kata atau kalimat kepada penerima pesan. Seperti halnya pada iklan Keluarga Berencana (KB) yang memiliki slogan “Dua anak lebih baik” ambiguitas terlihat pada penyampaian iklan secara lisan karena intonasi kurang ditekankan pada salah satu aspeknya (Oktavianti, 2019). Adanya intonasi menjadi penyebab perbedaan arti pada kata atau kalimat yang dituturkan karena terdapat variasi-variasi nada di dalamnya (Lapoliwa, 1988: 41). Dalam linguistik, intonasi adalah melodi tuturan yang digunakan untuk memahami ucapan dengan ciri-ciri konteks ucapan dapat membedakan makna secara fonologis (Kentner, 2002:21). Bunyi-bunyi bahasa yang dihasilkan dari intonasi

menyusun unsur-unsur linguistik salah satunya, yaitu fonologi.

Fonologi berarti ilmu yang mengkaji tentang suara atau bunyi. Bunyi yang dihasilkan dalam fonologi disebut dengan istilah fonem. Fonem adalah satuan terkecil suatu bahasa atau dengan kata lain satuan paling minimal yang memungkinkan kita membedakan makna dalam suatu kata. Fonem dibagi menjadi dua bagian yaitu fonem segmental dan fonem suprasegmental. Fonem segmental berarti fonem yang dihasilkan oleh pernafasan, alat ucap, dan pita suara. Sementara fonem suprasegmental berkaitan dengan intonasi, nada, aksen dan tekanan.

Intonasi didefinisikan sebagai berikut “*Mit Intonation bezeichnet man die melodische Gestalt einer Äusserung*” yang berarti intonasi merujuk pada pola nada atau melodi yang digunakan saat seseorang mengucapkan sesuatu. Intonasi mencakup naik turunnya nada suara yang memberikan makna tambahan, emosi, atau penekanan dalam sebuah kalimat atau ujaran (Gallman, 2009). Bahasa Jerman memiliki dua nada yang ditandai dengan nada tinggi (H) dan nada rendah (L).

Intonasi nada dibagi ke dalam empat jenis, yaitu nada aksen (*Akzenttöne*), nada pengiring (*Begleitöne*), nada batas (*Grenztöne*) dan nada frasa (*Phrasentöne*). Nada aksen (*Akzenttöne*) adalah nada yang terikat pada kemunculan suku kata aksen yang biasa ditandai dengan bintang ( $H^*$ ,  $L^*$ ). Nada yang muncul bersamaan dengan nada aksen adalah nada pengiring (*Begleitöne*). Nada batas (*Grenztöne*) adalah nada yang ditandai dengan Indeks I ( $H_i$ ,  $L_i$ ). Lalu, nada frasa adalah nada yang diasumsikan untuk beberapa bahasa dan dialek. Aksentu nada terdiri dari nada aksentu dan nada yang menyertainya. Karena nada pengiring bersifat opsional, maka variasi aksentu nada dapat terjadi. Beberapa contoh aksentu nada

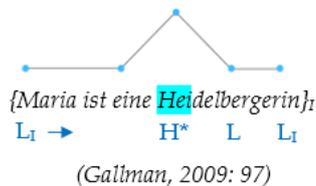


Sebuah kata atau kalimat yang dituturkan berpotensi memiliki aksentu. Aksentu adalah penekanan suatu suku kata. Penekanan di sini berarti menekankan pendengaran antara satu suku dengan suku-suku kata di sekitarnya lebih besar dalam satu ucapan (Blühdorn, 2013).

Durasi vokal (serta durasi suku kata secara keseluruhan dan durasi bagian lain dari suku kata) dianggap sebagai isyarat utama untuk tekanan kata dalam bahasa Jerman. Intensitas (kenyaringan) vokal yang diberi tekanan dalam bahasa Jerman lebih tinggi daripada vokal yang tidak diberi tekanan. Setiap frasa intonasi mempunyai paling sedikit satu suku kata yang ditekankan dan mempunyai aksentuasi nada. Suku kata minor yang terdiri dari satu konsonan (C) dan satu vokal (V) tidak diberi tekanan, sebaliknya suku kata mayor yang memiliki struktur lebih kompleks salah satunya seperti konsonan-vokal-konsonan (CVC) diberi tekanan.

Terdapat tiga cara dalam menentukan nada aksentuasi antara lain dengan menentukan konstituen fokus, eksponen fokus dan suku kata fokus. Konstituen fokus berarti sebuah kalimat menentukan unit sintaksis mana dari kalimat tersebut yang ditekankan yang berada dalam seluruh kalimat atau sebagian kalimat. Kemudian eksponen fokus berarti bagian yang mampu memproyeksikan fokus ke seluruh konstituen. Suku kata fokus adalah suku kata dalam eksponen fokus yang mengandung tekanan utama (*Hauptakzent*) yang berfungsi sebagai suku kata fokus (*Fokusakzentsilbe*).

(1)

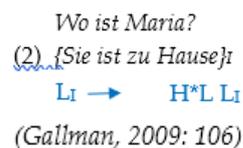


Suku kata 'hei' adalah suku kata fokus, *Heidelbergerin* adalah eksponen fokus dan seluruh kalimat adalah konstituen fokus. Frasa intonasi biasanya memiliki lebih dari satu aksentuasi fokus. Hal ini harus dibedakan dari kemungkinan menetapkan nada ke suku kata lain selain suku kata aksentuasi fokus dalam frase intonasi.

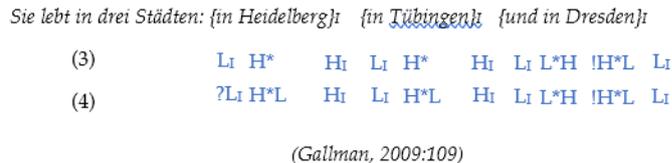
Di sebagian besar kata sederhana (*Einfache Wörter*), suku kata terakhir diberi tekanan, contoh *Pa'ket*, *Or'gan*, *Kon'zert*. Kemudian, sebagian besar kata dasar (*Stammwörter*) menempatkan tekanan pada suku kata pertama, contoh *'Tisch*, *'Kinder*, *'Haus*. Pada sebagian besar *Ableitungssuffixe* juga adalah *betonungsneutral* antara lain, *-bar*, *-chen*, *-er*, *-haft*, *-heit*, *-ig*, *-in*, *-keit*, *-lein*, *-ler*, *-lich*, *-ling*, *-ner*, *-nis*, *-sam*, *-schaft*, *-tum*, *-ung*. Selain itu terdapat juga *Betonte Ableitungssuffixe*, antara lain *-abel*, *-age*, (*i*)*al*, *-and*, *-ant*, *-anz*, *-aer*, *-at*, *-ell*, *-ent*, *-ei*, *-enz*, *-euse*, *-ibel*, *-ier*, *-ine*, *-ion*, *-ist*, *-itaet*, *-iv*, *-os*, *-oes*, *-nal*, *-nell*, *-ur*. Prefiks kata kerja yang tak terpisahkan (*untrennbar*) antara lain, *be-*, *ent-*, *er-*, *ge-*, *ver-*, *zer-*. Hal ini juga berlaku untuk kalimat *trennbar*, seperti *um-*,

*durch-*, *über-*, *unter-*. Dalam komposisi dua bagian, bagian pertama yang ditekankan, contoh *'Vorderseite*, *'Arbeitsjacke*, *'Autoreifen*.

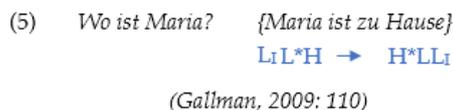
Aksentuasi kalimat deklaratif dalam bahasa Jerman dibagi menjadi empat bagian, yaitu *Aussagen mit fallendem Akzent*, *Aussagen mit Hochakzent*, *Aussagen mit steigendem Akzent* dan *Aussagen mit Tiefakzent*. *Aussagen mit fallendem Akzent (H\*L)* merupakan kalimat deklaratif dengan aksentuasi turun. Aksentuasi turun menandakan dua hal, yaitu pernyataan yang disampaikan harus ditambah informasi yang dianggap sudah diketahui oleh pembicara dan pendengar lalu informasi disajikan secara lengkap. Seperti contoh berikut,



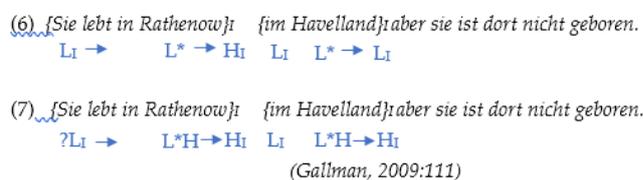
*Aussagen mit Hochakzent (H\*)* berarti pernyataan dengan aksentuasi tinggi yang memiliki persamaan dengan aksentuasi turun yaitu pernyataan yang disampaikan harus ditambah informasi yang dianggap sudah diketahui oleh pembicara dan pendengar, tetapi informasi tidak disajikan secara lengkap. Berikut contohnya,



*Aussagen mit steigendem Akzent (L\*H)* berarti pernyataan dengan aksentuasi naik. Informasi yang disampaikan dengan aksentuasi naik untuk menambah pemahaman umum antara pembicara dan pendengar. Berikut ialah contohnya:



*Aussagen mit Tiefakzent (L\*)* berarti aksentuasi dalam, sehingga informasi yang disampaikan harus dianggap sudah diketahui pembicara dan pendengar. Aksentuasi dalam tidak memiliki nada pengiring. Oleh karena itu, unit informasinya tidak disajikan secara lengkap. Contoh dari pernyataan ini adalah,



Kalimat deklaratif dalam bahasa Jerman didefinisikan sebagai berikut *“Mit einem Aussagesatz wird vom Sprecher behauptet, daß ein Sachverhalt tatsächlich, künftig oder hypothetisch existent ist”* yang berarti dengan sebuah kalimat deklaratif, pembicara menyatakan bahwa suatu keadaan sebenarnya ada, akan ada di masa depan, atau bersifat hipotetis (Buscha, 2001). Kalimat deklaratif memiliki posisi kata kerja di urutan kedua dalam kalimat. Selain itu, kalimat deklaratif juga diakhiri dengan tanda titik yang memungkinkan pernyataan yang disajikan benar atau salah dan memiliki modus indikatif.

Beberapa penelitian sebelumnya dengan judul “Intonasi Kalimat Tanya pada Iklan Edeka” (Bria, 2023) dan “Kalimat Deklaratif dalam Iklan MCDonald” (Purwono, 2021) menjadi dua penelitian relevan dalam menunjang penelitian ini. Berpijak pada penelitian yang dilakukan oleh Bria yang membahas seputar intonasi kalimat tanya pada iklan Edeka menunjukkan bahwa intonasi dalam kalimat tanya bahasa Jerman memiliki pola yang berbeda-beda. Namun, memiliki akhiran yang sama yaitu pola intonasi naik. Kemudian, peneliti juga mengklasifikasikan data berdasarkan aksentuasi kalimat tanya bahasa Jerman, yaitu *fragen mit fallendem Akzent, fragen mit Hochakzent, fragen mit steigendem Akzent, fragen mit Tiefakzent*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Purwono yang membahas tentang kalimat deklaratif dalam iklan MCDonald menunjukkan bahwa dari enam data yang diteliti merupakan kalimat deklaratif dalam bahasa Jerman yang memiliki konstruksi berbeda. Hal ini dibedakan berdasarkan konstruksi kalimatnya yaitu netral dan emosional.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola intonasi yang terdapat pada kalimat deklaratif iklan *50 Jahre Lidl* dan mendeskripsikan aksentuasi yang terdapat pada kalimat deklaratif iklan *50 Jahre Lidl*. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena melalui penelitian ini dapat mendeskripsikan aksentuasi kalimat deklaratif pada iklan tersebut dan mengacu pada pentingnya intonasi serta aksentuasi dalam penyampaian pesan iklan agar tidak terjadi adanya ambiguitas serta kesalahan pemahaman dalam suatu tuturan.

Penulis memilih subjek iklan *50 Jahre Lidl* karena *Lidl* merupakan salah satu perusahaan industri ritel makanan terkenal di Jerman yang memiliki ribuan toko. Melansir dari laman *European Supermarket Magazine*, *Lidl* menduduki peringkat kedua dengan omset tertinggi setelah *Edeka*. Iklan ini juga termasuk ke dalam iklan verbal karena dibantu oleh tuturan manusia melalui unggahan video di kanal *Youtube* dengan nama *Lidl*. Kanal

tersebut juga memiliki teks-teks verbal kalimat deklaratif pada enam iklan yang dipilih sebagai kajian.

Oleh karena itu, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana pola intonasi yang terdapat pada kalimat deklaratif iklan *50 Jahre Lidl* dan bagaimana aksentuasi yang terdapat pada kalimat deklaratif iklan *50 Jahre Lidl*.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Abdussamad, 2021) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang perilaku dan kata-kata orang yang dapat diamati.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan yang diambil dari kanal *Youtube Lidl* terutama iklan-iklan yang berasal dari daftar putar *50 Jahre Lidl*. Berikut iklan-iklan yang digunakan sebagai data dalam penelitian ini:

1. Kindheitserinnerungen | 50 Jahre Lidl. <https://youtu.be/RunKD51FjhE?si=9Nt42IPYsTLfNVkC> . (Iklan 1/A)
2. Die Vielfalt von Milbona | 50 Jahre Lidl. <https://youtu.be/Ye5VmD91O64?si=K8UOqY-7qZbr5Cgr> . (Iklan 2/B)
3. Iss-Draußen-Tag mit Metzgerfrisch | 50 Jahre Lidl. <https://youtu.be/OinBmOPK7ME?si=C5Oro0LJgOYHoyD1> . (Iklan 3/C)
4. Genussvoll sparen | 50 Jahre Lidl. [https://youtu.be/dwAr\\_c8mQY?si=Qf014XuSwKrfZlbg](https://youtu.be/dwAr_c8mQY?si=Qf014XuSwKrfZlbg) . (Iklan 4/D)
5. Lecker Vegan | 50 Jahre Lidl. [https://youtu.be/0o\\_oGSqe\\_vk?si=zRq7NXwUrC4aCIYE](https://youtu.be/0o_oGSqe_vk?si=zRq7NXwUrC4aCIYE) . (Iklan 5/E)
6. 50 Jahre Lidl | Nix besonderes. <https://youtu.be/C1f6GOX7ve0?si=iNOloFmmy-TUESL1> . (Iklan 6/F)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik simak catat. Tarigan menjelaskan bahwa menyimak merupakan suatu proses mendengarkan lambang-lambang verbal dengan penuh perhatian, pemahaman, penghayatan dan penafsiran untuk mengumpulkan informasi, mendapatkan pesan dan memahami makna komunikasi yang disampaikan melalui ucapan atau bahasa lisan. Langkah-langkah pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melihat dan menyimak iklan “*50 Jahre Lidl*” secara berulang di kanal *Youtube Lidl*, mencatat data berupa kalimat deklaratif bahasa

Jerman yang ditemukan dan memindahkan kalimat deklaratif dari bentuk lisan menjadi bentuk fonetis.

Langkah berikutnya adalah menganalisis data dengan langkah-langkah mengkategorisasikan data ke dalam jenis-jenis pola intonasi berdasarkan teori Duden Gramatik 4, kemudian mengkategorisasikan ke dalam aksent-aksent kalimat deklaratif yaitu dengan menentukan konstituen fokus, menentukan eksponen fokus, menentukan suku kata fokus dan menganalisis suku kata fokus untuk pengklasifikasian aksent kalimat deklaratif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dibahas mengenai hasil dan pembahasan. Adapun hasil penelitian ini, sebagai berikut.

### A. Pola Intonasi

#### 1. Pola Intonasi LHLL

##### Data B/1

Kalimat deklaratif data B/1 adalah *'Bei Lidl gibt es die ganze Vielfalt an Milchprodukten von Milbona'*. Kalimat ini merupakan kalimat deklaratif karena memiliki ciri-ciri struktur kalimat deklaratif, yaitu adanya verba yang menempati posisi kedua dalam kalimat, serta memiliki karakteristik unik, yaitu memiliki pola intonasi berakhiran mendatar. Menurut Gallman (2009) ada dua jenis nada intonasi dalam bahasa Jerman, yaitu nada tinggi (H) dan nada rendah (L). Nada intonasi diperoleh dari nada ucapan yang hanya terdengar di tempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Oleh karena itu, titik nada intonasi ditentukan menurut tuturan sesuai dengan sumber data.



Pada data B/1 terdapat tujuh titik nada, yaitu enam titik nada rendah pada kata [ba<sub>1</sub>] hingga [di:] dan [tsə] hingga [na:] serta satu titik nada tinggi pada kata [gan]. kata [ba<sub>1</sub>] hingga [di:] dan [tsə] hingga [na:] memiliki titik nada rendah (L) karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Sedangkan kata [gan] memiliki titik nada tinggi (H) karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Emily Kidder (2008) menyatakan bahwa sub-glota yang lebih tinggi menghasilkan juga ucapan yang lebih keras, begitu pula sebaliknya dengan nada rendah diucapkan dengan tidak keras dan semakin menurun. Diketahui bahwa, terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [ba<sub>1</sub>] hingga [di:] dan [tsə] hingga [na:] sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (L→). Titik [ba<sub>1</sub>]

diidentifikasi sebagai nada awal dan [na:] sebagai nada akhir. Oleh karena itu, pola intonasi data B/1 sebagai berikut.



#### 2. Pola Intonasi LHLL

##### Data A/1

Data A/1 merupakan kalimat deklaratif karena memiliki ciri-ciri struktur kalimat deklaratif, yaitu adanya verba yang menempati posisi kedua dalam kalimat, serta memiliki karakteristik unik, yaitu memiliki pola intonasi berakhiran mendatar. Kalimat deklaratif data A/1 adalah *'Oh, das duftet genau wie bei meiner Oma'*. Menurut Gallman (2009) ada dua jenis nada intonasi dalam bahasa Jerman, yaitu nada tinggi (H) dan nada rendah (L). Nada intonasi diperoleh dari nada ucapan yang hanya terdengar di tempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Oleh karena itu, titik nada intonasi ditentukan menurut tuturan sesuai dengan sumber data.



Pada data A/1 kata [das] hingga [gə] dan [vi:] hingga [o:ma] memiliki titik nada rendah (L) karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Sedangkan kata [na<sub>1</sub>] memiliki titik nada tinggi (H) karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Dalam kalimat data A/1 terdapat enam titik nada, yaitu lima titik nada rendah pada kata [das] hingga [gə] dan [vi:] hingga [o:ma], serta satu titik nada tinggi pada kata [na<sub>1</sub>]. Emily Kidder (2008) menyatakan bahwa sub-glota yang lebih tinggi menghasilkan juga ucapan yang lebih keras, begitu pula sebaliknya dengan nada rendah diucapkan dengan tidak keras dan semakin menurun. Diketahui bahwa, terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [das] hingga [gə] dan [vi:] hingga [o:ma] sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (L→). Titik [das] diidentifikasi sebagai nada awal dan [o:ma] sebagai nada akhir. Oleh karena itu, pola intonasi data A/1 sebagai berikut.



3. Pola Intonasi LHL

Data A/2, B/4, C/2, D/6, E/2

Menurut Gallman (2009) ada dua jenis nada intonasi dalam bahasa Jerman, yaitu nada tinggi (H) dan nada rendah (L). Nada intonasi diperoleh dari nada ucapan yang hanya terdengar di tempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Kalimat deklaratif data A/2, B/4, C/2, D/6, E/2 adalah 'Lidl lohnt sich'. Kalimat ini merupakan kalimat deklaratif karena memiliki ciri-ciri struktur kalimat deklaratif, yaitu adanya verba yang menempati posisi kedua dalam kalimat, serta memiliki karakteristik unik, yaitu memiliki pola intonasi berakhiran mendatar. Titik nada intonasi ditentukan menurut tuturan sesuai dengan sumber data.



Pada data A/2, B/4, C/2, D/6 dan E/2 Terdapat tiga titik nada, yaitu dua titik nada rendah pada kata [lɪdɪ] dan [zɪç] serta satu titik nada tinggi pada kata [lo:nt]. Kata [lɪdɪ] dan [zɪç] memiliki titik nada rendah (L) karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Sedangkan kata [lo:nt] memiliki titik nada tinggi (H) karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Emily Kidder (2008) menyatakan bahwa sub-glota yang lebih tinggi menghasilkan juga ucapan yang lebih keras, begitu pula sebaliknya dengan nada rendah diucapkan dengan tidak keras dan semakin menurun. Titik [lɪdɪ] diidentifikasi sebagai nada awal dan [zɪç] sebagai nada akhir. Oleh karena itu, pola intonasi data A/2, B/4, C/2, D/6, E/2 sebagai berikut.

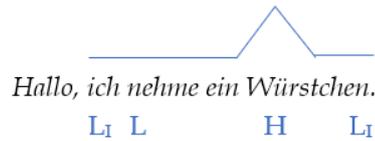


4. Pola Intonasi LLHL

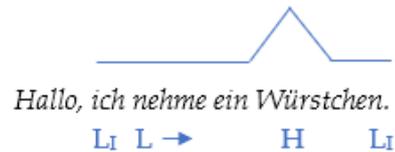
Data C/1

Kalimat deklaratif data C/1 adalah 'Hallo, ich nehme ein Würstchen'. Kalimat ini merupakan kalimat deklaratif karena memiliki ciri-ciri struktur kalimat deklaratif, yaitu adanya verba yang menempati posisi kedua dalam kalimat, serta memiliki karakteristik unik, yaitu memiliki pola intonasi berakhiran mendatar. Menurut Gallman (2009) ada dua jenis nada intonasi dalam bahasa Jerman, yaitu nada tinggi (H) dan nada rendah (L). Nada intonasi diperoleh dari nada ucapan yang hanya terdengar di tempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh

suara. Oleh karena itu, titik nada intonasi ditentukan menurut tuturan sesuai dengan sumber data.



Pada data C/1 terdapat empat titik nada, yaitu tiga titik nada rendah pada kata [ɪç] hingga [aɪn] dan [çən] serta satu titik nada tinggi pada kata [vʏɛst]. Kata [ɪç] hingga [aɪn] dan [çən] memiliki titik nada rendah (L) karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Sedangkan kata [vʏɛst] memiliki titik nada tinggi (H) karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Emily Kidder (2008) menyatakan bahwa sub-glota yang lebih tinggi menghasilkan juga ucapan yang lebih keras, begitu pula sebaliknya dengan nada rendah diucapkan dengan tidak keras dan semakin menurun. Diketahui bahwa, terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [ɪç] hingga [aɪn] sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (L → ). Titik [ɪç] diidentifikasi sebagai nada awal dan [çən] sebagai nada akhir. Oleh karena itu, pola intonasi data C/1 sebagai berikut.



5. Pola Intonasi LHLHL

Data D/2

Kalimat deklaratif data D/2 adalah 'Da kann man so richtig sparen'. Kalimat ini merupakan kalimat deklaratif karena memiliki ciri-ciri struktur kalimat deklaratif, yaitu adanya verba yang menempati posisi kedua dalam kalimat, serta memiliki karakteristik unik, yaitu memiliki pola intonasi berakhiran mendatar. Menurut Gallman (2009) ada dua jenis nada intonasi dalam bahasa Jerman, yaitu nada tinggi (H) dan nada rendah (L). Nada intonasi diperoleh dari nada ucapan yang hanya terdengar di tempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Oleh karena itu, titik nada intonasi ditentukan menurut tuturan sesuai dengan sumber data.



Pada data D/2 terdapat enam titik nada, yaitu empat titik nada rendah pada kata [da:] hingga [zo:], [tɪç] dan [ʁən] serta dua titik nada tinggi pada kata [ɪç] dan [ʃpa:]. Kata

[da:] hingga [zo:], [tɪç] dan [xən] memiliki titik nada rendah (L) karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Sedangkan kata [bɪç] dan [ʃpa:] memiliki titik nada tinggi (H) karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Emily Kidder (2008) menyatakan bahwa sub-glota yang lebih tinggi menghasilkan juga ucapan yang lebih keras, begitu pula sebaliknya dengan nada rendah diucapkan dengan tidak keras dan semakin menurun. Diketahui bahwa, terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [da:] hingga [zo:] sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (L →). Titik [da:] diidentifikasi sebagai nada awal dan [xən] sebagai nada akhir. Oleh karena itu, pola intonasi data D/2 sebagai berikut.



#### 6. Pola Intonasi LHLHLHL

##### Data D/1

Kalimat data D/1 merupakan kalimat deklaratif karena memiliki ciri-ciri struktur kalimat deklaratif, yaitu adanya verba yang menempati posisi kedua dalam kalimat, serta memiliki karakteristik unik, yaitu memiliki pola intonasi berakhiran mendatar. Kalimat deklaratif data D/1 adalah 'Bei Lidl gibt's die besten Erfrischungen zum besten Preis'. Menurut Gallman (2009) ada dua jenis nada intonasi dalam bahasa Jerman, yaitu nada tinggi (H) dan nada rendah (L). Nada intonasi diperoleh dari nada ucapan yang hanya terdengar di tempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Oleh karena itu, titik nada intonasi ditentukan menurut tuturan sesuai dengan sumber data.



Pada data D/1 terdapat delapan titik nada, yaitu lima titik nada rendah pada kata [baɪ], [gi:pt] hingga [di:], [ten] hingga [tsʊm] dan [tən] hingga [ɪs] serta tiga titik nada tinggi pada kata [lɪdɪ], [bəs] dan [bəs]. Kata [baɪ], [gi:pt] hingga [di:], [ten] hingga [tsʊm] dan [tən] hingga [ɪs] memiliki titik nada rendah (L) karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Sedangkan kata [lɪdɪ], [bəs] dan [bəs] memiliki titik nada tinggi (H) karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Emily Kidder (2008) menyatakan bahwa sub-glota yang lebih tinggi menghasilkan juga ucapan yang lebih keras, begitu pula sebaliknya dengan nada rendah diucapkan

dengan tidak keras dan semakin menurun. Diketahui bahwa, terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [gi:pt] hingga [di:], [ten] hingga [tsʊm] dan [tən] hingga [ɪs] sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (L →). Titik [baɪ] diidentifikasi sebagai nada awal dan [ɪs] sebagai nada akhir. Oleh karena itu, pola intonasi data D/1 sebagai berikut.



#### 7. Pola Intonasi LHLHLHL

##### Data E/1

Kalimat deklaratif data E/1 adalah 'Wir brauchen keine Mortadella, keine Milch und zweimal keinen Käse'. Kalimat ini merupakan kalimat deklaratif karena memiliki ciri-ciri struktur kalimat deklaratif, yaitu adanya verba yang menempati posisi kedua dalam kalimat, serta memiliki karakteristik unik, yaitu memiliki pola intonasi berakhiran mendatar. Menurut Gallman (2009) ada dua jenis nada intonasi dalam bahasa Jerman, yaitu nada tinggi (H) dan nada rendah (L). Nada intonasi diperoleh dari nada ucapan yang hanya terdengar di tempat-tempat tertentu yang ditentukan langsung oleh suara. Oleh karena itu, titik nada intonasi ditentukan menurut tuturan sesuai dengan sumber data.



Pada data E/1 terdapat sembilan titik nada, yaitu lima titik nada rendah pada kata [vi:ç] hingga [xən], [mɔç] hingga [la], [mɪlç], [tsvaɪ] hingga [nən] dan [zə] serta empat titik nada tinggi pada kata [kaɪnə], [kaɪnə], [ont] dan [ke:]. Kata [vi:ç] hingga [xən], [mɔç] hingga [la], [mɪlç], [tsvaɪ] hingga [nən] dan [zə] memiliki titik nada rendah (L) karena penutur mengucapkan dengan suara yang tidak keras. Sedangkan kata [kaɪnə], [kaɪnə], [ont] dan [ke:] memiliki titik nada tinggi (H) karena penutur mengucapkan dengan suara yang keras. Emily Kidder (2008) menyatakan bahwa sub-glota yang lebih tinggi menghasilkan juga ucapan yang lebih keras, begitu pula sebaliknya dengan nada rendah diucapkan dengan tidak keras dan semakin menurun. Diketahui bahwa, terdapat lebih dari satu titik nada rendah yang saling berdekatan pada kata [vi:ç] hingga [xən], [mɔç] hingga [la] dan [tsvaɪ] hingga [nən] sehingga dapat ditelaah dengan dilambangkan anak panah (L →). Titik [vi:ç]

diidentifikasi sebagai nada awal dan [zə] sebagai nada akhir. Oleh karena itu, pola intonasi data E/1 sebagai berikut.



B. Aksent

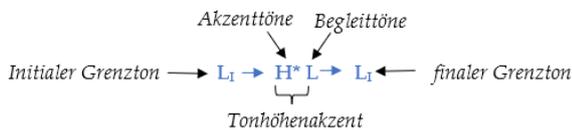
1. Aussagen mit fallendem Akzent

Data A/1

Pada kalimat data A/1 diidentifikasi sebagian kalimat [das doftət gənaʊ vi: baɪ maɪnə o:ma] 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* bahwa sebagian besar kata sederhana ditekankan pada bagian akhir suku kata. Sehingga, [naʊ] ditetapkan sebagai suku kata aksent fokus (*Fokusakzentsilbe*). [naʊ] membawa titik aksent H\* karena mendapatkan tekanan paling besar dari titik intonasi yang lainnya, hal ini sejalan dengan pendapat Blühdorn (2013) bahwa suku kata umumnya dianggap beraksent jika mereka menerima tekanan yang jauh lebih besar dari pada suku kata yang lainnya. Sehingga didapatkan pola sebagai berikut.



Berikut skema intonasi data A/1 yang memuat *Akzenttöne*, *Begleittöne* dan *Grenztöne* serta nada aksent dan nada yang menyertainya membentuk aksent nada.

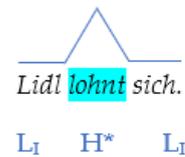


Kalimat deklaratif data A/1 memiliki ciri-ciri nada aksent aksent H\*, nada pengiring L, memiliki struktur kalimat deklaratif yang disampaikan secara lengkap. Kalimat yang disampaikan dianggap sudah diketahui oleh pembicara dan pendengar. Dari ciri-ciri di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa data A/1 diklasifikasikan ke dalam *aussagen mit fallendem Akzent* yang dilambangkan H\*L.

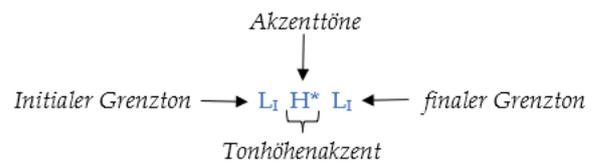
2. Aussagen mit Hochakzent

Data A/2, B/4, C/2, D/6, E/2

Pada kalimat data A/2, B/4, C/2, D/6, E/2 diidentifikasi [lɪd lɔ:nt zɪç] 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* bahwa sebagian besar kata sederhana ditekankan pada bagian akhir atau kedua dari belakang. Sehingga, [lɔ:nt] ditetapkan sebagai suku kata aksent fokus (*Fokusakzentsilbe*). [lɔ:nt] membawa titik aksent H\* karena mendapatkan tekanan paling besar dari titik intonasi yang lainnya, hal ini sejalan dengan pendapat Blühdorn (2013) bahwa suku kata umumnya dianggap beraksent jika mereka menerima tekanan yang jauh lebih besar dari pada suku kata yang lainnya. Sehingga didapatkan pola sebagai berikut.



Berikut skema intonasi data A/2, B/4, C/2, /6 dan E/2 yang memuat *Akzenttöne*, dan *Grenztöne* serta nada aksent dan nada yang menyertainya membentuk aksent nada.



Kalimat deklaratif data A/2, B/4, C/2, /6 dan E/2 memiliki ciri-ciri nada aksent aksent H\*, tidak memiliki nada pengiring, informasi tidak disajikan secara lengkap. Kalimat ini lebih cocok dengan aksent tinggi. Dari ciri-ciri di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa data A/2, B/4, C/2, D/6, E/2 diklasifikasikan ke dalam *aussagen mit Hochakzent* yang dilambangkan H\*.

3. Aussagen mit Tiefakzent

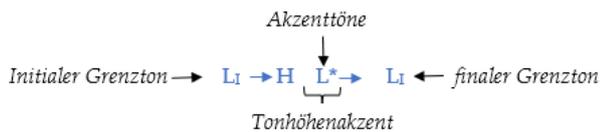
Data B/2

Pada kalimat data B/2 diidentifikasi [gʏnstɪgə ɪst nu:ɔ zɛlbəmɛlkɪŋ] 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 *Komposita (Zusammensetzungen)* bahwa dalam komposisi dua bagian, maka bagian pertama yang ditekankan. Sehingga, [zɛl] ditetapkan sebagai suku kata aksent fokus (*Fokusakzentsilbe*). [zɛl] membawa titik aksent L\* karena mendapatkan tekanan paling besar dari

titik intonasi yang lainnya, hal ini sejalan dengan pendapat Blühdorn (2013) bahwa suku kata umumnya dianggap beraksen jika mereka menerima tekanan yang jauh lebih besar dari pada suku kata yang lainnya. Sehingga didapatkan pola sebagai berikut.



Berikut skema intonasi data B/2 yang memuat *Akzenttöne*, dan *Grenztöne* serta nada aksentu dan nada yang menyertainya membentuk aksentu nada.



kalimat deklaratif data B/2 memiliki ciri-ciri nada aksentu aksentu L\*, tidak memiliki nada pengiring, memiliki struktur kalimat deklaratif yang informasinya tidak disajikan secara lengkap. Dari ciri-ciri di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa data B/2 diklasifikasikan ke dalam *aussagen mit Tiefakzent* yang dilambangkan L\*.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada kalimat deklaratif bahasa Jerman dalam iklan 50 Jahre Lidl, dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

1. Kalimat deklaratif bahasa Jerman pada iklan 50 Jahre Lidl memiliki berbagai pola intonasi yang berbeda, tetapi sama-sama memiliki pola intonasi berakhir nada rendah, antara lain LHLL, LHLL, LHL, LLHL, LHLHL, LHLHLHL dan LHLHLHL. Intonasi bahasa Jerman dibagi menjadi dua bagian yaitu untuk nada tinggi (H) dan nada rendah (L). Nada intonasi berasal dari nada-nada yang muncul hanya di tempat tertentu dan ditentukan langsung oleh suara. Nada tinggi muncul apabila berbicara dengan keras. Sebaliknya, nada rendah muncul apabila berbicara tidak keras dan semakin menurun.
2. Dari pola intonasi tersebut didapatkan data yang diklasifikasikan ke dalam (a) *Aussagen mit fallendem Akzent* yaitu data A/1, B/3, C/1, D/1, D/2, D/3, D/4, E/1 dan F/2 karena memiliki aksentu nada H\*L, (b) *Aussagen mit Hochakzent* yaitu A/2, B/4, C/2, D/5, D/6 dan E/2 karena memiliki aksentu nada H\*, dan (c) *Aussagen mit Tiefakzent* yaitu B/1, B/2 dan F/1 karena memiliki aksentu nada L\*.

### Saran

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu subjek yang digunakan berupa iklan. Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam mengenai pola intonasi dan klasifikasi aksentu pada subjek lain seperti film atau drama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Alek. (2018). *Linguistik Umum*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Blühdorn, H. (2013). *Intonation im Deutschen nur eine Frage des schönen Klangs?*. *Pandaemonium Germanicum*, 16, 242-278.
- Bria, G. K., & Ridwan, A. (2023). *Intonasi kalimat tanya pada iklan Edeka*. *IDENTITAET*, 12(2), 47-56.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Gallmann, P. (2009). *Duden Die Grammatik*. Mannheim: Dudenverlag
- Garrett, T. M. (1961). *Some ethical problems of modern advertising*. *Gregorian Biblical BookShop*.
- Gerhard, H., Buscha, J. (2001). *Deutsche Grammatik*. Leipzig: Langenscheidt Verlag.
- Hutahaean, S. (2004). *Analisis Bahasa Iklan Pada Majalah Kartini*. *Jurnal Ilmu Budaya*, 1(1), 21-35.
- Kidder, Emily. (2008). *Tone, Intonation, Stress and Duration in Navajo*. *Journal Coyote Papers*. Vol.16: hal.55-66.
- Kentner, Gerrit. (2022). *Phonetik und Phonologie des Deutschen*. Dalam R. Klabunde, W.
- Kotler, Philip.(2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Lafamane, F. (2020). *FONOLOGI (Sejarah Fonologi, Fonetik, Fonemik)*.

- Lapoliwa, H. (1988). *Pengantar fonologi I: fonetik (Vol. 1)*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. Mihatsch, S. Dipper. (2022). *Linguistik im Sprachvergleich*. Deutschland: SpringerVerlag.
- Mulyana, D. (2007). *Komunikasi suatu pengantar*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Muslich, Masnur. (2008). *Fonologi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Oktavianti, M. (2019). *Ambiguitas pada slogan iklan keluarga berencana, good day, tea jus, sariwangi, floridina, tolak angin, bukalapak, dan one push vape*.
- Purwono, P. Y., & Ridwan, A. (2021). *Kalimat deklaratif dalam iklan McDonald*. *IDENTITAET*, 10(2), 153-163.
- Ridwan, Agus. (2017). *Stilistika Bahasa Jerman*. Malang: UM Press
- Setyaningsih, Y., & Rahardi, K. (2014). *Fonologi Bahasa Indonesia*.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Editorial. (2024). *Top 10 supermarket retail chains in Germany*. *ESM Magazine*. <https://www.esmmagazine.com/retail/top-10-supermarket-retail-chains-in-germany-236817>
- Widyatama. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.