

KETIDAKSELARASAN TUTURAN ANAK AUTIS

Ika Septiana¹, Bambang Yulianto², dan Kisyani Laksono³

¹⁾Mahasiswa Pascasarjana Unesa, ikaseptiana@upgris.ac.id

²⁾ Unesa, bmb_yulianto@yahoo.co.id

³⁾ Unesa, kisyani44@yahoo.com

Abstrak: Tujuan tulisan ini adalah mendeskripsikan ketidakselarasan tuturan anak autis. Saat ini masalah autis mulai banyak diperbincangkan di masyarakat. Isu atau masalah autis dapat dilihat dari segi perkembangan fisik maupun non fisik. Salah satu masalah yang diperbincangkan adalah masalah kebahasaan yaitu bagaimana atau proses anak autis berbahasa atau bertutur. Anak autis memiliki beragam cara dalam mengungkapkan ekspresi dan ide yang ada dalam dirinya. Berbagai cara dilakukan untuk mencari perhatian orang yang ada di sekitar, dengan cara bertingkah aneh, melakukan gerakan berlebihan bertutur berlebihan, mengecoh, atau berteriak. Ocehan anak autis sangat beragam sehingga memunculkan ketidakselarasan kalimat yang diucapkan. Bentuk ketidakselarasan tuturan anak autis sangat beragam yang salah satunya mencampurkan tuturan bahasa Indonesia dengan nyanyian iklan. Tuturan lisan anak autis yang dijadikan data adalah nyanyian iklan atau kalimat iklan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode simak dan rekam. Anak autis ketika diajak berkomunikasi terkadang mengeluarkan tuturan yang berlebihan. Kalimat yang berlebihan tersebut memunculkan ketidakselarasan kalimat yang diucapkan. Ketika diajak berkomunikasi atau kegiatan tanya jawab terkadang antara pertanyaan dan jawaban kurang sesuai. Anak autis menjawab pertanyaan secara berlebihan. Salah satu tuturan yang diucapkan adalah kalimat iklan. Anak tidak hanya bertutur satu kalimat iklan dalam tuturannya bisa saja lebih dari satu kalimat iklan dinyanyikan. Semakin dibiarkan maka anak akan secara terus dan berulang mengucapkan kalimat iklan karena bahasa iklan tersebut sering dilihat dan didengar dari tayangan televisi.

Kata-kata Kunci: ketidakselarasan, tuturan, anak autis

PENDAHULUAN

Setiap anak memiliki cara mengungkapkan sesuatu yang dipikirkan atau yang dirasakan. Pada anak autis ada cara yang dilakukan untuk mengungkapkan ekspresi dan perasannya meskipun terkadang mengalami kesulitan. Hal tersebut seperti pendapat Subyantoro (2013:48) penderita autis sulit untuk mengekspresikan perasaan dan keinginannya kepada orang lain.

Ketika orang tua memperhatikan kemampuan berbicara anak autis, maka sebagian anak autis tidak memiliki kemampuan berbicara. Sementara itu, yang lainnya hanya dapat mengeluarkan suara gema-gema saja dari tenggorokan anak autis. Usia 5 tahun umumnya dipandang sebagai titik tolak penting bagi kemampuan berbicara anak-anak penderita autis. Bila akhirnya anak autis dapat berbicara juga, maka apa yang anak autis ucapkan itu terkesan aneh dengan pola pengucapan serta intonasi yang ganjil.

Kurangnya kemampuan berbicara ini ternyata tidak sebanding dengan kemampuan kognitif anak autis (Maulana, 2008:15).

Ada beberapa cara yang dilakukan anak autis saat mengekspresikan diri yaitu dengan mengoceh atau menuturkan tuturan yang berlebihan atau tidak ada kepentingannya ketika berkomunikasi dengan orang lain. Berbagai macam tuturan yang diucapkan anak autis meskipun tuturan tersebut kurang bermakna atau berlebihan. Salah satu tuturan yang diucapkan anak autis adalah iklan. Anak autis mengucapkan kalimat iklan berdasarkan yang disimak atau yang dibaca. Tayangan televisi yang beraneka ragam isi selalu dinikmati masyarakat yang terkadang kurang memperhatikan kondisi atau keadaan pemirsa.

Setiap tayangan televisi selalu disisipi tayangan iklan. Iklan dapat dipublikasikan dengan berbagai yaitu media cetak dan media elektronik. salah satu media elektronik yang digunakan adalah televisi. Iklan memiliki maksud tertentu untuk memikat pemirsa. Salah satunya penggunaan bahasa pada iklan. Penggunaan kata atau kalimat pada iklan dibuat menarik sehingga mudah diingat meskipun terkadang berlebihan dan menggunakan bahasa gaul.

Kalimat atau kata iklan yang menantang dapat membuat calon pembeli untuk segera mungkin melaksanakan suatu tindakan pembelian juga sering digunakan dalam iklan, misalnya “Buktikan ya!”. Dengan pemakaian kata-kata seperti itu pemirsa justru mempunyai keinginan yang kuat untuk membuktikan kebenaran produk yang ditawarkan. Iklan mengandung gaya bahasa negatif apabila iklan tersebut menampilkan kata-kata dan pesan yang tidak segera disampaikan. Selain itu penggunaan kata atau penayangan iklan yang terkesan dibuat-buat atau berlebihan juga membuat jenuh pemirsa untuk menikmatinya. Penayangan iklan yang berupa adegan maupun menampilkan bintang (model) iklan turut mempengaruhi gaya bahasa pemirsa terhadap produk yang ditawarkan (Suwito, 2013 diunduh 5 Februari 2017 <http://www.pbindoppsunisma.com/wp-content/uploads/2013/09/33-SUWITO-415-423.pdf>).

Tayangan iklan di televisi memiliki jangkauan yang luas dan ditonton seluruh masyarakat. Mulai dari anak-anak sampai dewasa. Ada juga anak normal dan anak autis. Anak autis ada juga yang suka menonton iklan televisi kemudian menirukan tuturan artis dalam iklan tersebut. Salah satu yang ditirukan dari tayangan iklan adalah tuturan iklan tersebut.

Sekarang ini masalah autis menjadi perbincangan dalam masyarakat. Masyarakat sudah banyak memperbincangkan mengenai autis. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini juga mempengaruhi perkembangan masalah anak autis yang sudah dimuat di berbagai media baik di media cetak, elektronik, atau media *on line*. Menurut Subyantoro (2013:48) kata autis akhir-akhir ini marak terdengar dan menjadi perbincangan di berbagai media serta memunculkan berbagai diskusi.

Banyak hal yang didiskusikan berkaitan anak autis. Mulai dari sikap, bahasa, tutur kata, gaya, problematika, orang tua, pendidikan, makanan, atau kesehatan.

Berdasarkan uraian tersebut artikel ini berjudul “Ketidakselarasan Tuturan Anak Autis”.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode simak. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah teknik simak libat cakap. Penulis terlibat langsung dalam metode simak dan berpartisipasi dengan narasumber. Pengambilan data dilakukan pada anak autis SLB kelas 3 berusia 10 tahun. Sumber data adalah tuturan lisan anak autis. Objek yang disimak adalah kalimat iklan dalam tuturan anak autis.

PEMBAHASAN

Setiap anak memiliki kesempatan untuk mengekspresikan diri melalui kata-kata. Begitu juga anak autis sering mengucapkan kata atau kalimat sesuka hati. Kalimat atau kata yang dituturkan terkadang dari kalimat iklan yang dibaca atau yang di dengar. Bahasa iklan di televisi sangat beragam. Kata atau kalimat yang ada diiklan juga beragam. Dalam satu iklan bisa menggunakan beberapa jenis bahasa sehingga kata atau kalimat yang digunakan campur-campur. Ada yang menggunakan kalimat iklan dengan bahasa Indonesia dengan Inggris atau bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa. Bahkan dalam kalimat iklan muncul bahasa gaul atau bahasa yang tidak resmi. Kata atau kalimat iklan itulah yang ditirukan pemirsa salah satunya anak autis.

Kalimat iklan bahasa Indonesia yang dituturkan anak autis baik dalam komunikasi dengan orang lain atau sekadar ocehan yang keluar dalam tuturannya baik sadar atau tidak sadar. Terdapat ketidakselarasan dalam tuturan anak autis. Ketidakselarasan tersebut muncul ketika anak autis bertutur dalam bahasa Indonesia kemudian secara serta merta menuturkan kalimat iklan. Anak autis mencampurkan antara tuturan bahasa Indonesia dengan kalimat iklan.

Ketidakselarasan tuturan anak autis dalam bentuk kalimat iklan Indonesia. Kalimat iklan tersebut dinyanyikan ketika sedang belajar, kegiatan tanya jawab dengan orang lain, dan bahkan antara pertanyaan dan jawaban tidak sesuai. Anak menyanyikan kalimat iklan disela-sela menuturkan kalimat bahasa Indonesia. Berikut ini ketidakselarasan tuturan anak autis dalam bentuk nyanyian iklan.

(1) “Indomie seleraku”.

Data (1) merupakan iklan makanan yaitu mie (Indomie). Iklan tersebut memiliki gaya pengucapan iklan dengan nada dan intonasi yang menarik. Dengan menggunakan alunan lagu saat mengucapkan kalimat tersebut. Anak mengucapkan kalimat iklan seperti nada dan irama iklan yang ada di televisi. Kalimat iklan tersebut diucapkan anak hanya sepenggal saja. Kalimat iklan diucapkan menggunakan nada musik seperti iklan di televisi.

Kalimat iklan yang diucapkan anak tidak sepenuhnya hanya bagian terakhir kalimat iklan yang diucapkan. Iklan tersebut menggunakan iringan musik yang sangat enak didengar dan menarik simpati masyarakat. Kalimat yang diiringi dengan musik

tersebut membuat anak mengingat dan menirukan menyanyikan lirik iklan. Tidak seluruhnya dinyanyikan anak autis tetapi hanya sepenggal pada bagian akhir. Kalimat terakhir tersebut sangat diingat anak dan diucapkan berulang kali menggunakan nada seperti dalam iklan. Kalimat iklan bagian akhir indomie yang dituturkan anak yaitu “Indomie seleraku”. Berikut kalimat iklan Indomie yang lengkap.

(1.1) *Dari sabang sampai Merauke*

Terbentang sejuta cita rasa

Pilihan rasa boleh berbeda

Selera tetap sehati

Indomie Indomie seleraku

Indomie dari dan bagi Indonesia

Indomie seleraku

(Yudiweb . 18 Mei 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=apffqHVxX9g> di unduh 11 Desember 2016)

Data (1.1) merupakan kalimat iklan tahun 2011. Iklan Indomie memiliki versi lirik yang beragam. Lirik iklan tahun 2011 dengan tahun 2016 memiliki versi berbeda. Kalimat iklan yang ada diiklan tidak selamanya sama. Meskipun memiliki lirik yang berbeda tetapi ada bagian yang sama yaitu bagian akhir. Kalimat bagian akhir iklan yang sama dari tahun 2011 dan 2016 adalah “Indomie Indomie seleraku Indonesia dari dan bagi Indonesia Indomie seleraku”. Berikut kalimat iklan Indomie versi tahun 2016.

(1.2) *Dari Sabang sampai Merauke*

Ada semangat awali pagi

Yang selalu hadirkan ceria

Kehangatan sepanjang hari

Indomie Indomie seleraku

Indonesia dari dan bagi Indonesia

Indomie seleraku

(Lathole, Aris. 10 Agustus 2016 https://www.youtube.com/watch?v=OZdt_DS1deY diunduh 10 Desember 2016)

Data (1.1) dan (1.2) memiliki kekhasan atau keunikan sehingga anak sering mengucapkan kalimat tersebut. Tidak semua bagian akhir dituturkan. Bagian yang dituturkan anak hanya sepenggal yaitu kalimat akhir “Indomie seleraku”.

(2) “Kuku bima energi roso!”

Data (2) merupakan iklan minuman penambah stamina. Iklan kuku bima mengajak masyarakat jika ingin menambah stamina dan energi minumlah kuku bima energi roso. Anak cenderung menganggap jika kuku bima energi adalah minuman penguat tubuh. Anak belum dapat memahami betul isi dari iklan yang ditayangkan. Anak autis sekadar menirukan tuturan yang terdapat dalam iklan tersebut. Anak autis mengucapkan kalimat iklan tersebut dengan gaya yang mantap dan meyakinkan. Anak

mengucapkan iklan seakan menjadi artis dari iklan tersebut. Anak hanya menyampaikan tuturan sepeinggal, tidak lengkap dari awal sampai akhir. Anak menuturkan kalimat bagian akhir dan yang mudah diingat, sehingga anak mudah untuk menirukan iklan tersebut. tuturan akhir dari iklan minuman tersebut yaitu “Kuku bima eneri roso!”. Berikut kalimat iklan yang lengkap.

(2.1) *Itu lelaki pemberani*

Kuku bima energi

Minuman energi pemberani

Kuku bima energi roso-roso

....

Pokoe kuku bima energi roso!

(KukuBima Ener-G! Official. 11 September 2013. <https://www.youtube.com/watch?v=Bd4tMQBGVy8> di unduh 10 Desember 2016)

Data (2.1) merupakan iklan yang ditayangkan di televisi tahun 2013. Iklan tersebut tergolong iklan lama yang menarik perhatian masyarakat karena iklan tersebut diperankan oleh Mbah marijan yang pada saat itu menjadi hits. Ketika ditanyakan pada anak autis “Kuku bima energi roso iklannya seperti apa?” Secara spontan dan malu-malu anak menjawab “itu lho yang ada mbah Marijanya.”. Iklan Kuku bima energi dengan artis mbah Marijan merupakan iklan yang sudah beberapa tahun lalu. Pada tahun 2016 mbah Marijan sudah tidak membintangi iklan tersebut. Sampai sekarang anak mengingat iklan tersebut dengan ciri bintang iklannya dan juga mengingat kalimat iklan meski hanya bagian akhir. Berikut iklan kuku bima yang tayang pada tahun 2016.

(2.2) *Kemunculan 18 ekor hiu paus cina*

Merupakan sebuah keajaiban dan satu-satunya di dunia

Jadikan Indonesia tujuan wisata kelas dunia

Ayo ke Gorontalo

Minum kuku bima energi

Kuku Bima Energi Roso-Roso.

(TVC Collection. 4 Juli 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=04mN1X2dZbk> diunduh 10 Desember 2016).

(3) “Sprite nyatanya nyegerin”.

Data (3) merupakan iklan minuman penyegar. Iklan tersebut memberikan pemahaman jika haus atau dahaga minumlah sprite, karena sprite mampu menghilangkan rasa dahaga dan dapat menyegarkan saat diminum. Anak belum mampu memahami betul apa maksud iklan tersebut. Anak sekadar menirukan tuturan yang terdapat dalam iklan di televisi. Anak autis mengucapkan kalimat iklan tersebut dengan gaya seakan membawakan iklan tersebut. iklan tersebut dikemas dengan alunan nada yang lembut. Anak mengucapkan iklan seperti yang ada di televisi dengan nada yang lebut akan tetapi penuh semangat. Anak menuturkan kalimat iklan hanya sepeinggal yaitu pada bagian akhir. Anak menuturkan kalimat bagian yang mudah diingat,

sehingga anak mudah untuk menirukan iklan tersebut. Tuturan akhir dari iklan minuman tersebut yaitu “*Sprite nyatanya nyegerin*”. Berikut kalimat iklan Sprite yang lengkap.

(3.1) *Hay gays*

ayo berpikir jernih

*apa iya dengan mencampur sendiri es batu, rasa lemon dan gelembung bisa
seenak dan senyegegin segelas sprite
boleh saja dicoba tapi nyatanya susah*

Menurut kamu ifo ini gak penting

*Nyatanya kamu jadi nontonin iklan ini selama lebih dari 20 detik
dan sekarang kami jadi haus
dan pengen minum sprite
Sprite nyatanya nyegerin*

(Sprite. 31 Juli 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=xxqzrfmvhWA> diunduh 10 Desember 2016)

(4) “Apapun makanannya, minumannya teh botol Sosro”.

Data (4) merupakan iklan minuman teh instan. Iklan teh tersebut mengajak masyarakat agar mengkonsumsi minuman teh botol sosro. Anak autis mengucapkan kalimat iklan tersebut dengan gaya seperti di televisi. Iklan minuman yang dikemas dengan penuturan kalimat dengan penekanan kalimat dan menarik konsumen untuk menyaksikan iklan tersebut. Kalimat yang dituturkan anak autis tidak lengkap. Anak hanya mengucapkan kalimat sepenggal yang masih bagian kalimat iklan

Anak tidak sampai menuturkan kalimat iklan tersebut secara persis dan sistematis, hanya menyampaikan tuturan sepenggal, khususnya pada bagian akhir. Anak hanya menuturkan kalimat bagian yang diingat, sehingga anak mudah untuk menirukan iklan tersebut. Tuturan akhir dari iklan minuman tersebut yaitu “*Apapun makanannya minumannya teh botol sosro*”.

(4.1) *Kuah baksoyang gurih tambahin sambal*

Panas pedes jadi satu

Ditemenin yang berasa banget tehnya

Gak ada yang ngalahin

Apapun makanannya minumannya teh botol Sosro

(Sosro ahlinya teh)

(Reel Bank. 3 September 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=laDmkZDhe9I> diunduh 10 Desember 2016).

(5) “Torabika Cappucino Cappucino ala cafe”

Data (5) merupakan iklan minuman kopi susu yaitu Torabika Cappucino. Sebuah iklan kopi instan yang sedang menarik konsumen atau penikmat kopi. Iklan tersebut

memiliki maksud jika ingin melek dan fokus minumlah Torabika Cappucino. Anak memahami maksud iklan adalah minum kopi dan rasanya enak. Anak autis sekadar menuturkan apa yang didengar dan dilihat buka apa yang dipahami. Iklan tersebut dikemas dengan diiringi nada dan intonasi yang menarik. Dengan menggunakan alunan lagu yang ringan dan santai saat mengucapkan kalimat tersebut.

Anak mengucapkan kalimat iklan seperti nada dan irama iklan yang ada di televisi. Tidak semua kalimat yang terdapat dalam iklan tersebut dituturkan oleh anak hanya sepenggal saja dan dituturkan secara berulang-ulang dengan kalimat dan nada yang sama. Anak hanya menuturkan kalimat bagian yang diingat, sehingga anak mudah untuk menirukan iklan tersebut. Anak hanya menuturkan kalimat iklan bagian akhir yaitu “*Tora Bika Cappucino Cappucino ala caffe*”. Berikut kalimat iklan kopi Tora Bika yang lengkap.

(5.1) *Tora Bika*

Capucino

Selalu ada cara buat tora bika capucino

Creami popnya tebal

Choco grandonya mana?

Aaaa....

Nyari ini?

Gue masih banyak

Choco grandu dari colekat asli

Nah bener kan ni cafe

Torabika CapuccinoCappuccino ala cafe

(Manus, Peter. 10 Agustus 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=Lk6kRVHrgBY> diunduh 10 Desember 2016).

(6) “Orang pintar minum tolak angin”.

Data (6) merupakan iklan jamu. Iklan dituturkan anak dengan pengucapan yang tegas. Pemahaman masyarakat jika ingin pintar minum tolak angin. Padahal kalimat iklan tersebut memberikan informasi jika masuk angin minum jamu tolak angin dari Sidomuncul.

Anak autis ketika ditanya maksudnya apa kalimat tersebut secara seponan tidak tahu. ternyata anak hanya mengucapkan dari apa yang dilihat dan didengar dari tayangan iklan televisi. Tidak semua kalimat yang terdapat dalam iklan tersebut dituturkan oleh anak hanya sepenggal saja dan dituturkan secara berulang-ulang dengan kalimat dan nada yang sama. Anak hanya menuturkan kalimat bagian yang diingat, sehingga anak mudah untuk menirukan iklan tersebut. Anak hanya menuturkan kalimat iklan bagian akhir yaitu “*Orang pintar minum tolak angin*”. Berikut kalimat iklan yang lengkap.

(6.1) *Siapa pun pasti pernah masuk angin*

Gejalanya bisa macem-macem

*Tenggorokan gek enak
Meriang, sakit perut, kembung
Kalau udah ngalami gejala itu
Minum tolak angin sidomuncul
I tust tolak angin
Orang pintar minum tolak angin Sidomuncul*

(TVC DB. 17 Juli 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=3vybFKdJ-nI> diunduh 10 Desember 2016).

Tayangan iklan memberikan pengaruh pada perkembangan bahasa anak. Di era global sekarang ini tayangan iklan sangat luas. Masing-masing stasiun televisi berlomba-lomba menayangkan acara yang menarik sehingga memberikan pengaruh pada periklanan. Semakin tinggi rating acara tersebut maka makin banyak iklan yang akan masuk sehingga akan banyak iklan yang ditayangkan. Hal tersebut memberikan dampak pada masyarakat. Pemirsa tidak dapat dibatasi atau dikhususkan untuk memirsa iklan di televisi karena semua khalayak menikmati tayangan televisi.

Perkembangan Global ini memberikan efek pada dunia periklanan yaitu berlomba-lomba membuat iklan yang menarik. Daya tarik dan daya pikat tersebut dapat melalui bahasa yaitu penggunaan kata-kata. Kata atau kalimat pada iklan dibuat menarik, mudah diingat, dan mudah diucapkan sehingga semua khalayak dapat menirukan tuturan iklan tersebut.

Hal tersebut memberikan dampak pada anak autis untuk mengingat dan mengenal produk yang diiklankan dari kata atau kalimat iklan tersebut. Tuturan iklan memberikan dampak pada perkembangan bahasa anak utis untuk mengingat dan menirukan kalimat iklan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan guru mengenai karakteristik anak autis sangat beragam. Ada tipe anak autis yang sulit diajak komunikasi, ada juga yang dapat memahami pertanyaan dan dapat menjawab pertanyaan, ada juga yang sulit berbicara. Anak autis mulai meniru iklan TV tercatat terjadi pada kisaran usia 5-15 tahun. Hal tersebut terjadi pada anak autis yang produktif. Maksudnya anak autis dapat diajak komunikasi dua arah memahami pertanyaan dan dapat menjawab pertanyaan. Hal tersebut merupakan indikasi adanya proses rangsangan melalui tanyangan iklan di televisi.

Proses rangsangan tidak hanya melalui media audio visual. Bisa juga dari media cetak. Autis juga menyukai iklan di media-media cetak seperti koran, majalah, selebaran, atau brosur. Kalimat iklan yang dituturkan anak autis merupakan wujud ekspresi pengungkapan diri anak. Meskipun terkadang anak kurang memahami maksud kalimat iklan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan guru bahwa kalimat iklan yang dituturkan anak autis merupakan wujud pengalihan perhatian dan wujud ekspresi pencarian perhatian pada orang lain. Dengan harapan orang yang ada di sekitar memperhatikan dan menanggapi tuturan anak tersebut.

Menurut Subyantoro (2013:48) penderita autisme terlihat seperti terhanyut dalam dunianya sendiri tanpa memperdulikan dunia sekeliling. Anak autisme benar-benar telah berada di dunia lain yang tidak bisa dimasuki oleh orang di sekitarnya. Sulit mengekspresikan perasaan dan keinginan mereka kepada orang lain.

Kalimat iklan yang sering diucapkan anak autisme dan menjadi perhatian memiliki beberapa faktor. Anak sering menonton atau menyimak iklan tersebut, bahasanya menarik, tokoh atau artis sangat disukai, adanya alunan musik atau nada yang menarik didengar. Seringnya anak menyimak dan membaca kalimat iklan membuat kalimat iklan tersebut selalu ada dalam ingatan dan akan sering diucapkan baik secara sadar maupun tidak sadar. Hal tersebut karena anak autisme sering mengoceh atau mengeluarkan tuturan sendiri tanpa ada makna atau tujuan. Anak autisme mengeluarkan tuturan karena itu yang terlintas dan ingin saja untuk diungkapkan. Hal tersebut terkadang membuat orang lain atau orang yang ada disekitar kurang memahami tuturan anak autisme.

Menurut Nurfarina (2009) adanya dugaan aktivitas mengapresiasi iklan pada anak-anak autisme usia 6-10 tahun di Bandung sebagaimana anak-anak normal pada umumnya. Selain diduga karena tayangan iklan yang repetitif, ada konten positif dibalik metode visualisasi iklan yang bisa dimanfaatkan sebagai stimulator bagi perkembangan kemampuan komunikasi penderita. Terlebih dalam hal ini, metode stimulasi bisa memanfaatkan minat sebagai usaha untuk membangun komunikasi dengan lebih objektif lagi ([file:///C:/Users/MY%20PC/Downloads/D09094%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MY%20PC/Downloads/D09094%20(1).pdf) diunduh 9 Desember 2016)

Pada dasarnya kalimat iklan atau bahasa iklan sangat membantu anak autisme untuk mengingat sesuatu. Selain itu dengan media iklan anak autisme dapat diajak komunikasi memahami sesuatu berdasarkan apa yang dilihat, didengar, atau dibaca. Pemahaman anak autisme mengenai kalimat iklan perlu adanya pendampingan dan pemahaman orang sekitar mengenai tuturan anak autisme. Anak perlu diberi pemahaman mengenai kalimat yang dituturkan.

Kalimat iklan sering berisi bujukan dan rayuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Kalimat iklan pada dasarnya digunakan untuk meyakinkan dan membujuk masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan. Kalimat iklan yang menarik akan dapat menarik simpati dan perhatian semua kalangan masyarakat tanpa membedakan dan mengelompokkan masyarakat.

SIMPULAN

Setiap anak memiliki cara mengungkapkan sesuatu yang dipikirkan atau yang dirasakan. Pada anak autisme ada cara yang dilakukan dengan mengoceh atau menuturkan tuturan yang berlebihan atau tidak ada kepentingannya ketika berkomunikasi dengan orang lain. Hal tersebut membuat tuturan yang diucapkan menjadi tidak selaras atau tidak sesuai dengan situasi komunikasi. Ketidakselarasan tuturan anak autisme salah satunya adalah nyanyian kalimat iklan berdasarkan yang disimak atau yang dibaca. Tayangan televisi yang beraneka ragam isi selalu dinikmati masyarakat. Ada iklan

dalam tayangan televisi. Iklan tersebut memiliki maksud persuasif. Anak autis menyimak dan mengingat kalimat iklan kemudian dituturkan kapan saja dan dimana saja.

Pengucapan kalimat yang berlebihan anak autis pada dasarnya kurang baik untuk perkembangan bahasa anak autis. Pengulangan kalimat iklan yang tidak sesuai porsi atau kebutuhan akan mempengaruhi konsentrasi anak. Maka perlu adanya perhatian dari orang sekitar untuk mampu mendampingi dan memahami tuturan anak autis. Perhatian orang tua dan sekitar sangat membantu perkembangan bahasa anak autis. Tidak ada salahnya ketika anak menyimak tayangan iklan. Tetapi jika anak tersebut tidak memahami maksud dan isi tayangan iklan kemudian diucapkan secara berulang tidak akan memberikan manfaat yang baik pada diri anak autis.

DAFTAR RUJUKAN

- KukuBima Ener-G! Official. 11 September 2013. *Kuku Bima Energi*.
<https://www.youtube.com/watch?v=Bd4tMQBGVY8> di unduh 10 Desember 2016
- Lathole, Aris. 10 Agustus 2016. *Indomie*.
https://www.youtube.com/watch?v=OZdt_DS1deY diunduh 10 Desember 2016
- Manus, Peter. 10 Agustus 2016. *Torabika Cappucino*.
<https://www.youtube.com/watch?v=Lk6kRVHrgBY> diunduh 10 Desember 2016
- Maulana, Mirza. 2008. *Anak Autis*. Jogjakarta: Katahati
- Nurfarina 2009. *Visualisasi Iklan Televisi dan Ekspresi Seni pada Anak Penderita Autis*. Artikel jurnal ITB J. Vis. Art & Des., Vol. 3, No. 1, 2009, 1-10
([file:///C:/Users/MY%20PC/Downloads/D09094%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MY%20PC/Downloads/D09094%20(1).pdf) diunduh 9 Desember 2016)
- Reel Bank. 3 September 2016. *Sosro*.
<https://www.youtube.com/watch?v=laDmkZDhe9I> diunduh 10 Desember 2016
- Sprite. 31 Juli 2016. *Sprite*. <https://www.youtube.com/watch?v=xxqzrfmvhWA>
diunduh 10 Desember 2016
- Subyantoro. 2013. *Gangguan Berbahasa*. Yogyakarta: Ombak
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.

- Suwito. 2013. *Analisis Gaya Bahasa Iklan Di Televisi*. NOSI Volume 1, Nomor 4, Agustus 2013. diunduh 5 Februari 2017 <http://www.pbindoppunisma.com/wp-content/uploads/2013/09/33-SUWITO-415-423.pdf>
- TVC Collection. 4 Juli 2016. *Kuku Bima Energi*. <https://www.youtube.com/watch?v=04mN1X2dZbk> di unduh 10 Desember 2016
- TVC DB. 17 Juli 2016. *Tolak Angin Sidomuncul*. <https://www.youtube.com/watch?v=3vybFKdJ-nI> diunduh 10 Desember 2016
- Yudiweb. 18 Mei 2011. *Indomie*. <https://www.youtube.com/watch?v=apffqHVxX9g> di unduh 11 Desember 2016

