

TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM IKLAN RADIO DI KOTA PACITAN (KAJIAN PRAGMATIK)

Mariska Dewi¹, Agoes Hendriyanto², Nimas Permata Putri³

^{1,2,3} Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP PGRI Pacitan

Email : mariskaiwed@gmail.com¹, rafid.musyffa@gmail.com², nimaspermatap@gmail.com³

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi yang terjadi dalam iklan radio di Kota Pacitan. Sasaran dalam penelitian ini adalah penutur yang ada dalam iklan radio. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendapatkan deskripsi objek tentang tuturan pembawa iklan radio di Kota Pacitan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik simak bebas lipat cakap. Metode pengumpulan data tersebut digunakan peneliti untuk memperoleh yang lengkap mengenai tindak ilokusi. Peneliti melakukan analisis data menggunakan metode formal dan informal. Hasil dalam penelitian ini ditemukan 69 tuturan meliputi: jenis tindak ilokusi asertif yaitu "pernyataan, mengusulkan, membanggakan, mengeluh, dan melaporkan". Jenis tindak ilokusi direktif yaitu "memesan, memerintah, memohon, menuntut, dan memberi nasihat". Jenis tindak ilokusi komisif yaitu "menjanjikan, bersumpah, dan berkaul." Fungsi tindak tutur asertif yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu "mengusulkan, pernyataan, mengeluh, dan melaporkan." Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan yaitu "memesan, memerintah, dan memberi nasihat." Jenis tindak ilokusi komisif yang ditemukan yaitu "menjanjikan." Hasil penelitian membuktikan bahwa memahami maksud dari suatu tuturan, penutur dan mitra tutur harus memahami konteks situasi yang mendasari suatu tuturan tersebut. situasi konteks tersebut sangat berpengaruh ketika terjadi peristiwa tutur. Pentingnya pemahaman suatu konteks situasi tuturan dari pihak penutur maupun mitra tutur dapat mengurangi adanya salah tafsir dari maksud tuturan.

Kata Kunci: Tindak Tutur Ilokusi, Asertif, Direktif, Komisif.

Abstract: This study aims to describe the types and functions of illocutionary speech acts that occur in radio advertisements in Pacitan City. The target of this research is the speakers in radio advertisements. This type of research is a qualitative descriptive study with the aim of obtaining a description of the object about the speech of radio advertisers in Pacitan. The data collection technique used in this study was the free fold proficient listening technique. The data collection method is used by researchers to obtain complete information about illocutionary acts. Researchers conducted data analysis using formal and informal methods. The results of this study found 69 speeches including: types of assertive illocutionary acts, namely "statements, proposing, boasting, complaining, and reporting". The type of directive illocutionary act is "ordering, ordering, begging, demanding, and giving advice". The type of commissive illocutionary act is "promising, swearing, and vowing." The function of assertive speech acts found in this study is "proposing, statement, complaining, and reporting." The function of directive speech acts found is "ordering, ordering, and giving advice." The type of commissive illocutionary act found was "promising." The results of the study prove that understanding the meaning of a speech, speakers and speech partners must understand the context of the situation that underlies the speech. The context situation is very influential when a speech event occurs. The importance of understanding the context of a speech situation from both the speaker and the speech partner can reduce any misinterpretation of the meaning of the speech.

Keywords: Illocutionary, Assertive, Directive, Commissive Speech Acts.

PENDAHULUAN

Bahasa sebagai alat komunikasi, tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal tersebut tentunya tidak lepas dari kehidupan manusia, mengingat bahasa sebagai alat

berinteraksi antara manusia satu dengan manusia lainnya. Pada titik tertentu, tidak semua orang yang berbahasa atau menggunakan bahasa dapat memahami bahasa orang lain, karena manusia dituntut mencerna makna yang berada di balik kata-kata dan dapat menanggapi maksud lawan bicara. Selain sebagai alat komunikasi, bahasa juga sebagai alat berintegrasi dan beradaptasi sosial. Pada saat beradaptasi di lingkungan sosial, seseorang akan memilih bahasa yang digunakan tergantung situasi dan kondisi yang dihadapi. Seseorang akan menggunakan bahasa yang tidak formal pada saat berbicara dengan teman-teman dan menggunakan bahasa formal pada saat berbicara dengan orang tua atau yang dihormati. Bahasa merupakan alat kontrol sosial yang memengaruhi sikap, tingkah laku, serta tutur kata seseorang. Kontrol sosial dapat diterapkan pada diri sendiri dan masyarakat, contohnya buku-buku pelajaran, ceramah agama, orasi ilmiah, mengikuti diskusi serta iklan layanan masyarakat. Contoh lain yang menggambarkan fungsi bahasa sebagai alat kontrol sosial yang sangat mudah kita terapkan sebagai alat peredam rasa marah.

Bahasa lisan dan tertulis dapat diungkapkan atau diwujudkan dengan menggunakan bahasa dan sarana, sarana yang digunakan untuk merealisasikan tuturan tersebut dapat diungkapkan melalui media massa, yakni melalui media elektronik maupun media cetak. Salah satu pemakaian bahasa dalam kehidupan sehari-hari adalah pemakaian bahasa dalam iklan radio. Iklan radio merupakan suatu wujud komunikasi yang disampaikan kepada khalayak ramai dengan tujuan untuk menarik perhatian khalayak terhadap informasi, barang atau jasa yang ditawarkan. Penggunaan bahasa pada iklan radio memiliki ciri khas tersendiri, karena sistem siaran radio berbeda dengan iklan di televisi karena yang dapat ditemukan pada iklan radio hanya suara saja. berbeda dengan iklan di televisi yang dapat memadukan suara, bentuk, warna dan gerakan. Oleh sebab itu, tuturan yang digunakan dalam iklan radio dibuat menarik, komunikatif dan selektif mungkin untuk menarik minat para pendengarnya.

Iklan radio khususnya di Kota Pacitan biasanya diperankan oleh dua orang atau lebih dalam ilustrasi percakapannya. Iklan tersebut biasanya bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk, jasa tertentu atau untuk menyampaikan himbauan kepada masyarakat. Dalam iklan radio, selain ilustrasi percakapan juga terdapat tuturan yang disampaikan oleh narator. Tuturan yang disampaikan narator berfungsi untuk menambah atau memperkuat informasi yang telah disampaikan dalam ilustrasi percakapan. Dari

tuturan yang disampaikan narator tersebut masyarakat akan lebih mengerti dan memahami maksud dan tujuan iklan yang disampaikan. Berdasarkan pada uraian yang akan dibahas, peneliti tertarik untuk menganalisis bidang pragmatik dalam iklan radio di kota Pacitan dalam sebuah judul “**Tindak Tutur Ilokusi dalam Iklan Radio di Kota Pacitan**”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah kata-kata, gambar, dan angka-angka yang tidak dihasilkan melalui pengolahan statistika (Muhammad 2014:35). Data yang bersifat deskriptif bisa jadi dihasilkan dari transkrip (hasil) wawancara, catatan lapangan melalui pengamatan, foto-foto, video-tape, dokumen pribadi, catatan memo. Data tersebut diulas satu-satu, dianalisis secara rinci sehingga diperoleh laporan komprehensif.

Penelitian kualitatif mencoba mengekspresikan atau mendeskripsikan fenomena yang menjadi sasaran yang alamiah dan aktual. Data terkumpul yang diperoleh peneliti berupa rekaman dan catatan lapangan yang berupa deskripsi. Penelitian ini mendeskripsikan secara objektif tentang tindak tutur dalam iklan radio di kota Pacitan. Untuk mencapai tujuan tersebut penelitian ini diambil dari segi ilmiah di dalam iklan radio di Kota Pacitan dengan objek bahasa baik berupa kata, frasa, klausa maupun kalimat.

PEMBAHASAN

Jenis Tindak Tutur Ilokusi Asertif dalam Iklan Radio di Kota Pacitan

Fungsi Mengusulkan

Kalimat mengusulkan adalah kalimat yang dikemukakan untuk mempertimbangkan. Pada kode 1.1a *Buat kalian yang tertantang dibidang akademik asah lebih dalam kemampuan kalian dalam kompetisi indihome generasi berprestasi bersama indihome study dan menangkan hadiah total ratusan juta rupiah.*

Konteks pada data tersebut mengandung maksud bahwa sang penutur mengusulkan kepada pendengar radio atau mitra tutur, bagi yang memiliki kemampuan dalam kompetisi indihome maka sebaiknya bergabung bersama indihome study. Selain mengasah kemampuan atau melatih bakat dijelaskan juga di kompetisi tersebut terdapat hadiah ratusan juta rupiah.

Kode 1.2a *“Jadilah keluarga siaga bencana!”* tergolong fungsi mengusulkan (asertif). Tergolong fungsi mengusulkan (asertif). Konteks pada data tersebut adalah suasana di saat rawan bencana. Data tersebut dapat dikatakan fungsi mengusulkan dikarenakan penutur yang mencoba mengusulkan untuk menjadi keluarga siaga bencana kepada mitra tutur.

Fungsi Pernyataan

Kalimat pernyataan adalah kalimat yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Kalimat pernyataan yang terdapat pada kode 2.1b *Semua peserta yang mendaftar akan mendapatkan akses gratis indihomestudy selama 3 bulan.* Konteks pada kode 2.1b ini merupakan tuturan yang disampaikan oleh seorang penutur dalam radio di Kota Pacitan. Pada data ini dapat dipahami bahwa penutur ingin menyampaikan informasi akan diadakannya kompetisi indihome bagi generasi berprestasi. Bagi peserta yang mendaftar dalam kompetisi tersebut akan mendapatkan akses gratis indihomestudy selama tiga bulan.

Kode 2.2b *“Ah masih pagi gini kantor udah keos kaya pasar.”* Tergolong fungsi pernyataan (asertif). Konteks pada data di atas adalah penutur yang menyampaikan informasi mengenai kantornya yang masih pagi tapi sudah gaduh seperti layaknya di pasar. Data tersebut bisa dikatakan fungsi pernyataan dikarenakan penuturnya yang bermaksud menyampaikan informasi seperti di atas.

Fungsi Mengeluh

Kalimat atau fungsi mengeluh adalah kalimat yang dikemukakan untuk menyatakan sesuatu yang susah. Kode 3.1c *“Tapi hujannya deras banget lo Pa. Gimana dengan rumah kita?”*. Konteks pada data tersebut mengandung maksud bahwa penutur dan mitra tutur tersebut merupakan suami istri. Suasana di atas menggambarkan bahwa sedang terjadi hujan deras tetapi sang suami akan pergi ke luar rumah untuk memastikan rumah warga lainnya aman dari bencana banjir. Sedangkan sang istri tidak mengizinkan suaminya ke luar rumah, sang istri lebih mencemaskan keadaan rumahnya sendiri sambil mengeluh kepada suaminya.

Kode 3.2c *“Gini lo bu kemarin kan saya beli peralatan bangunan, tapi sampai sekarang belum juga datang sudah harganya mahal ndak lengkap lagi.”* Tergolong ke dalam fungsi mengeluh (asertif). Konteks pada data tersebut adalah penutur yang mengeluh kepada mitra tutur. Penutur dalam iklan tersebut mengungkapkan kekesalannya

kepada mitra tuturnya karena barang yang baru saja dibeli tidak kunjung datang. Selain itu, barang-barang di dalam toko tersebut mahal dan tidak lengkap. Data tersebut dapat dikatakan fungsi mengeluh dikarenakan penutur yang terus mengeluhkan permasalahannya kepada mitra tutur.

Fungsi Melaporkan

Kalimat melaporkan adalah kalimat yang digunakan untuk melaporkan sesuatu. Pada kode 4.1d *Pendengar radio karena tingginya permintaan namun lokasi mendapatkan bioseven terlalu jauh maka dengan ini kami membuka kesempatan menjadi agen di wilayah anda masing-masing.* Konteks pada data tersebut penutur memiliki maksud untuk melaporkan bahwa saat ini bioseven sudah dijual di agen-agen terdekat. Hal tersebut mengingat bahwa semakin tingginya permintaan dan lokasi sebelumnya cukup jauh.

Kode 4.2d *“Ada hal penting untuk menjaga kesehatan di tengah wabah pandemi corona di dalam menjalankan ibadah di bulan suci ramadhan.”* Termasuk ke dalam fungsi melaporkan (asertif). Data tersebut dapat digolongkan ke dalam fungsi melaporkan dikarenakan penutur pada data tersebut melaporkan bahwa hal penting untuk menjaga kesehatan di tengah pandemi. Di tuturan berikutnya penutur tersebut menuturkan bahwa dengan membeli produk bioseven maka akan menjaga kesehatan tubuh.

Jenis Tindak Tutur Ilokusi Direktif dalam Iklan Radio di Kota Pacitan

Fungsi Memesan

Kode 1.1a *“Jangan lupa bahwa air putih juga tetap diperlukan loh. Meskipun didalam buah juga mengandung air.”* Tergolong dalam fungsi memesan (direktif). Konteks pada data tersebut adalah penutur memberikan informasi kepada mitra tutur (pendengar radio) untuk menjaga pola makan yang baik dan benar saat puasa. Penutur tersebut menyarankan kepada mitra tutur untuk selalu makan buah saat sahur dan buka puasa. Namun penutur tetap berpesan untuk tidak lupa minum air putih yang cukup. Keran air putih juga sangat diperlukan tubuh saat berpuasa.

Kode 1.2a *“Sahur itu makanlah makanan yang lengkap.”* Tergolong dalam fungsi memesan (diterktif). Konteks pada data tersebut penutur sedang memberi informasi mengenai hal-hal yang baik dilakukan saat berpuasa terutama perihal makanan. Dalam dat tersebut penutur berpesan kepada mitra tutur (pendengar radio) untuk makan makanan yang lengkap atau seimbang saat sahur.

Fungsi Memerintah

Kode 2.1b “*Segera kunjungi pusat sofa, spreng dan alat-alat rumah tangga di Harsenda kursi sofa bisa kredit melalui fvf fetra sistem pembayaran bisa melalui mokas BRI.*” Tergolong fungsi memerintah (direktif) karena konteks pada data tersebut yaitu penutur memberi perintah kepada mitra tutur atau pendengar radio untuk mengunjungi alat rumah tangga di Harseda.

Kode 2.2b “*Kunjungi kantor pelayanan kami PT Alamshor Barokah!*” data tersebut tergolong fungsi memerintah (direktif) karena pada data tersebut penutur memberikan perintah kepada mitra tutur (pendengar radio) untuk mengunjungi kantor pelayanan.

Fungsi Memberi Nasihat

Kode 3.1c “*Mari kita jaga alam dan lingkungan kita agar jauh dari bencana karena kita tidak tahu kapan bencana akan datang*” Tergolong dalam fungsi memberi nasihat (direktif) karena pada data tersebut mengandung maksud bahwa penutur memberi nasihat kepada mitra tutur atau kepada pendengar radio untuk selalu menjaga lingkungan agar terhindar dari bencana.

Kode 3.2c “*Saat santap sahur sebaiknya kita konsumsi buah bukan dalam bentuk jus.*” tergolong fungsi memberikan nasihat (direktif). Pada data tersebut penutur bermaksud menasihati mitra tutur atau pendengar radio bahwa saat sahur sangat dianjurkan mengonsumsi buah dengan alasan dari segi kesehatan.

Jenis Tindak Tutur Ilokusi Komisif dalam Iklan Radio di Kota Pacitan

Fungsi Menjanjikan

Kode 1.1a “*Kenapa gak yakin? Igd 24 jam , poli klinik dokter spesialis, poli klinik dokter umum, layanan laboratorium, fisioterapi, rawat inap, kebidanan, usg 4 dimensi, radiologi dan lain sebagainya.*” Tergolong fungsi menjanjikan (komisif). Dalam data tersebut penutur mencoba menjanjikan kepada mitra tutur (pendengar radio) dengan mencoba meyakinkan mitra tutur mengenai fasilitas-fasilitas yang bisa didapatkan di Klinik Medical Mandiri.

Kode 1.2a “*Anda akan dipandu oleh pembimbing yang sangat berpengalaman dan pernah bertahun-tahun bermukim di Arab Saudi Ustad drs. H Rojali Mukri. Memberikan fasilitas-fasilitas yang standar dalam pelayanan keamanan terjamin.*” Tergolong dalam fungsi menjanjikan (komisif). Pada data tersebut penutur menjanjikan

kepada mitra tutur (pendengar radio) mengenai haji plus. Bagi mitra tutur yang tertarik maka diberi janji akan dipandu oleh pembimbing yang sangat berpengalaman dan pernah bertahun-tahun bermukim di Arab Saudi Ustad drs. H Rojali Mukri. Mitra tutur juga dijanjikan dengan fasilitas-fasilitas yang memiliki keamanan terjamin.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang jenis tindak tutur Searle yang meliputi tindak tutur ilokusi asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklaratif. Fungsi tindak tutur yang ditemukan di dalam iklan iklan radio di Kota Pacitan adalah fungsi tindak tutur ilokusi mengusulkan (direktif) ditemukan ada 4 buah data. Salah satunya pada kode 1.1a yakni penutur mengusulkan mitra tutur yang memiliki kemampuan untuk mengikuti kompetisi indihome study. Kemudian fungsi tindak tutur pernyataan yang digunakan menyampaikan informasi kepada mitra tutur. Salah satunya pada kode 2.1b yakni penutur bertutur bahwa saat ia sampai di kantor, namun kantornya sudah gaduh. Selanjutnya fungsi tindak tutur mengeluh yang digunakan penutur untuk mengeluhkan sesuatu kepada mitra tutur. Salah satunya pada kode 3.2c yakni penutur sedang mengungkapkan kekesalannya kepada mitra tutur karena barang pesannya tidak kunjung diantar. Fungsi terakhir dalam tindak tutur ilokusi asertif adalah melaporkan. Salah satunya pada kode 4.8d yakni seorang penutur yang melaporkan kepada mitra tutur bahwa handphonenya sedang rusak. Pada jenis yang kedua yaitu direktif ditemukan 3 fungsi, yaitu memberi nasihat, memerintah, dan memesan. Salah satu data memberi nasihat yaitu pada kode 3.2c yakni penutur memberi nasihat kepada mitra tutur agar mengonsumsi buah saat santap sahur. Selanjutnya pada fungsi memerintah salah satunya yaitu pada data 10 yakni penutur memerintah mitra tutur untuk mencari informasi mengenai obat yang bisa menyembuhkan penyakitnya. Fungsi terakhir dalam jenis direktif adalah memesan. Salah satunya pada kode 1.3a yakni penutur memesan kepada mitra tutur untuk makan makanan yang lengkap dan seimbang. Pada jenis komisif hanya ditemukan satu fungsi, yakni fungsi menjanjikan. Salah satunya terdapat pada kode 1.4a yakni penutur menjanjikan kepada mitra tutur bahwa produk yang ditawarkan memiliki khasiat yang ampuh dan dapat menjadikan puasa lebih bersemangat.

Saran

Bagi pembaca hendaknya mengambil nilai-nilai yang positif dari karya ilmiah yang dibaca khususnya pragmatik. Selain itu, hendaknya penulisan artikel ini dapat menjadi inspirasi dalam membuat tulisan-tulisan yang berkaitan dengan teori pragmatik. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, dapat menggunakan objek penelitian yang lain sehingga pemahaman mengenai tindak tutur lebih mendalam. Peneliti juga diharapkan melakukan kajian data dan sumber data lain agar hasil penelitian lebih bervariasi dan dapat memberikan sumbangsih lebih banyak khususnya ilmu pragmatik.

DAFTAR PUSTAKA

- Artini, Ni Ketut. 2018. Wujud dan Fungsi Tindak Ilokusi antara Guru dengan Murid di SMP Pangudi Luhur 1 Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Muhammad. 2014. *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Purnamasari, Dian. 2016. Tindak Tutur Dalam Acara Mata Najwa di Metro Tv Edisi 13 Januari 2016 (Tinjauan Pragmatik). *Skripsi*. Pacitan: STKIP PGRI.
- Riyanto, Subur. 2015. Tindak Tutur Perlokusi Dalam Iklan Radio di Kota Kebumen. *Skripsi*. Pacitan: STKIP PGRI.
- Rusminto, Nurlaksana Eko. 2015. *Analisis Wacana; Kajian Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sonata, Afid Andi. 2016. Tindak Tutur Pemain Game Online Clash of Clans Pada Komunikasi Online Clan Jawa Medis (Tinjauan Pragmatik). *Skripsi*. Pacitan: STKIP PGRI.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sumarlam, dkk. 2017. *Pemahaman dan Kajian Pragmatik*. Solo: Bukukatta.
- Surastina. 2011. *Pengantar Semantik dan Pragmaik*. Yogyakarta: New Elmaterra.
- Unsiyah, Frida dan Ria Yuliati. 2018. *Pengantar Ilmu Linguistik*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Yendra. 2018. *Mengenal Ilmu Bahasa (Linguistik)*. Yogyakarta: Grub Penerbitan CV Budi Utama.
- Yule, George. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.