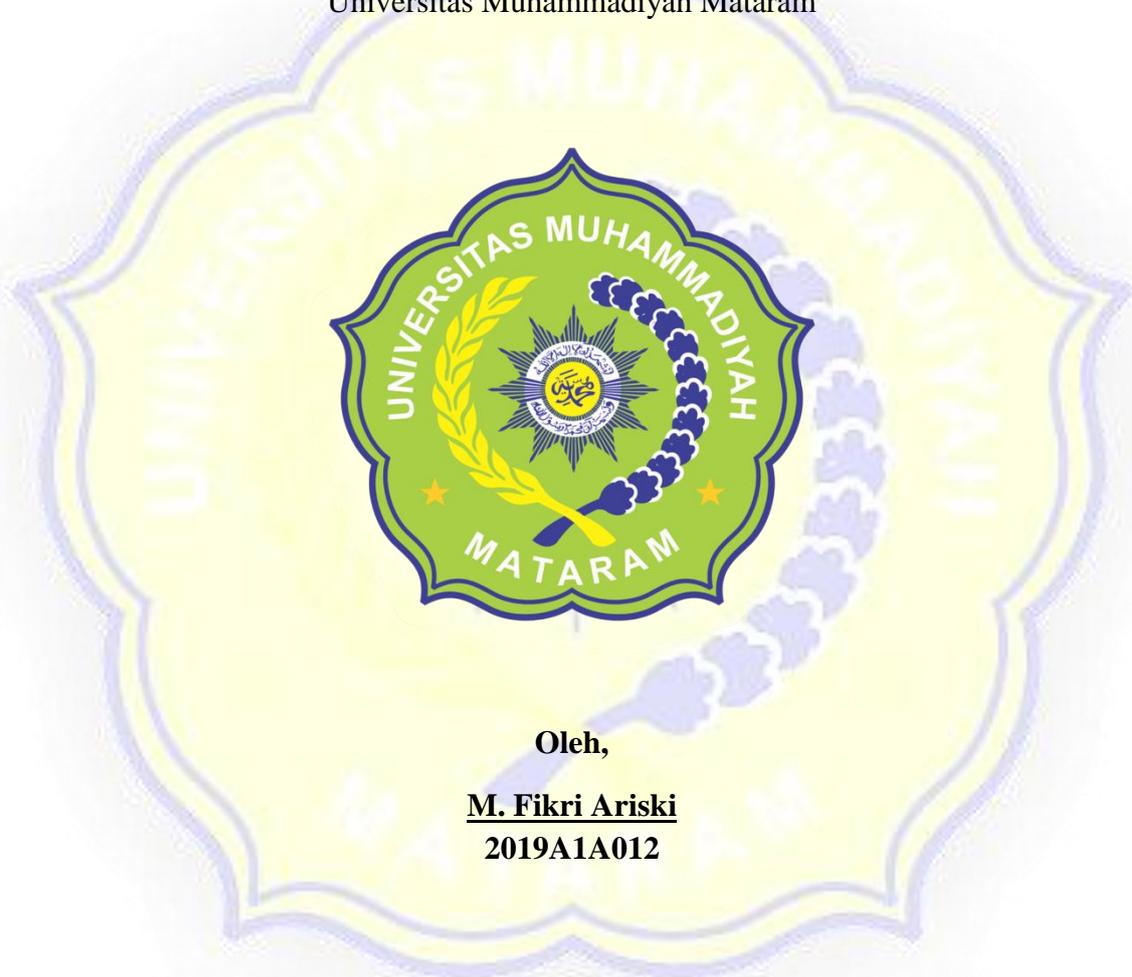


SKRIPSI

ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI, ILOKUSI, DAN PERLOKUSI DALAM WACANA IKLAN PRODUK DI TELEVISI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Mataram



Oleh,

M. Fikri Ariski

2019A1A012

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

TAHUN 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

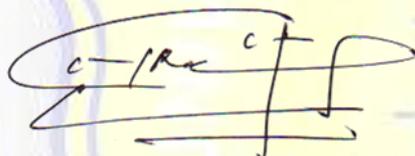
SKRIPSI

**ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI, ILOKUSI, DAN PERLOKUSI
DALAM WACANA IKLAN PRODUK DI TELEVISI**

Telah memenuhi syarat dan disetujui

Tanggal, 9 Juni 2023

Dosen Pembimbing I



Dr. M. Aris Akbar, S. S., M.Pd.
NIDN 0815128001

Dosen Pembimbing II

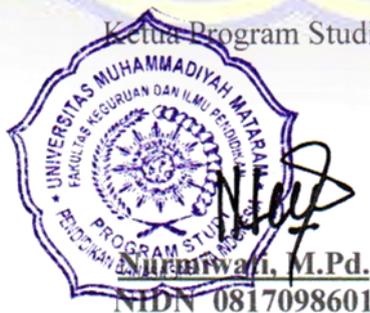


Rudi Arrahman, M.Pd.
NIDN 0812078201

Menyetujui:

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Ketua Program Studi,



Nurfitriani, M.Pd.
NIDN 0817098601

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI, ILOKUSI, DAN PERLOKUSI
DALAM WACANA IKLAN PRODUK DI TELEVISI**

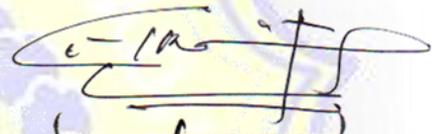
Skripsi atas nama M. Fikri Ariski telah dipertahankan di depan dosen penguji
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Mataram

Tanggal, 10 Juni 2023

Dosen Penguji:

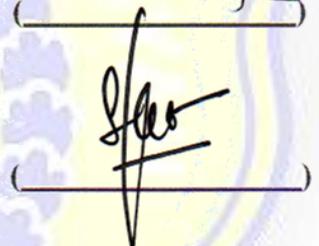
1. Dr. M. Aris Akbar, S. S., M.Pd.
NIDN 0815128001

(Ketua)



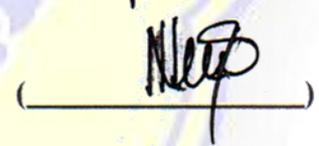
2. Sri Marvani, M.Pd.
NIDN 0811038701

(Anggota)



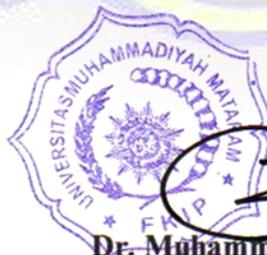
3. Nurmiwati, M.Pd.
NIDN 0817098601

(Anggota)



Mengesahkan,

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**



Dekan,



Dr. Muhammad Nizaar, M.Pd.Si.
NIDN 0821078501

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Mataram menyatakan bahwa.

Nama : M. Fikri Ariski

NIM : 2019A1A012

Alamat : Jln. Merdeka II. Pagesangan baru, Mataram.

Memang benar Skripsi yang berjudul “*Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi pada Wacana Iklan Produk di Televisi*” adalah asli karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di tempat manapun.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing. Jika terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan, memang diacu sebagai sumber dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jika di kemudian hari pernyataan saya ini terbukti tidak benar, saya siap mempertanggung jawabkannya, termasuk bersedia menanggalkan gelar kesarjanaan yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa tekanan dari pihak manapun.

Mataram, 10 2023
Yang membuat pernyataan,



M. Fikri Ariski
NIM 2019A1A012



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. FIKRI ARISKI
 NIM : 2019A1A012
 Tempat/Tgl Lahir : LUNYUK, 18 JUNI 2001
 Program Studi : B. INDONESIA
 Fakultas : FKIP
 No. Hp : 082 339 773 317
 Email : ariskifikri59@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI, ILOKUSI DAN PERLOKUSI DALAM WACANA
IKLAN PRODUK DI TELEVISI

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. UG 9

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, ...19 Juni..... 2023
 Penulis

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT


 M. Fikri Ariski
 NIM. 2019A1A012


 Iskandar, S.Sos.,M.A.
 NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. FIKRI ARISKI
 NIM : 2019A1A012
 Tempat/Tgl Lahir : LUNYUK, 18 JUNI 2001
 Program Studi : B. INDONESIA
 Fakultas : FKIP
 No. Hp/Email : ariskifiki591@gmail.com
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI, ILOKUSI, DAN PERLOKUSI DALAM WACANA IKLAN PRODUK DI TELEVISI

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 19 Juni 2023
 Penulis



M. Fikri Ariski
 NIM. 2019A1A012

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTTO

“Jangan jadikan kemarahan dan Ejekan Sebagai Suatu Hambatan, tapi anggaplah kedua aspek tersebut sebagai benih yang dapat menumbuhkan bunga perubahan dalam diri kita agar menjadi pribadi yang lebih baik”

(M. Fikri Ariski)

“Bergandengan tangan dan menyanyikan sebuah lagu dapat menimbulkan sebuah kekuatan untuk menyembunyikan perasaan ragu agar terus melangkah maju...”

“Orang yang ku suka, hal yang ku suka, tempat yang ku suka, ku lepaskan sementara untuk mengubah hari esok ”

(Lirik lagu *Hand in Hand* feat. Hatsune Miku)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim..

Syukur atas rahmat, taufik dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi pada perguruan tinggi ini. Syafaat baginda nabi besar Muhammad SAW serta keberkahan dari Allah SWT, peneliti persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Kedua orang tua Peneliti Bapak Yusuf H. Hasan, S.Pd. dan Ibu Rukma tersayang yang senantiasa mencintai dan memperhatikan peneliti. Doa-doa serta nasihat yang kalian berikan menuntunku untuk tetap semangat dan kuat sehingga aku bisa menyelesaikan pendidikan perguruan tinggi S-1 ini. Kepada kedua orang tua peneliti semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan kepada kalian berdua, agar kalian bisa mendampingi peneliti dihari-hari penting maupun setiap harinya. Semoga dari doa-doa kalian serta rahmat dari Allah SWT anak kalian ini dapat menjadi anak yang membanggakan dan juga dapat mengangkat derajat kalian berdua. Peneliti bangga dan bersyukur menjadi anak kalian berdua. Terimakasih atas jasa, kesabaran, dan segalanya yang telah kalian berdua berikan.
2. Saudara peneliti Roy Hardi Annabhummad, yang selalu menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas saran dan pesannya “untuk tetap maju dan jangan takut dalam bertindak”. Sikap kakak yang ceroboh dan sedikit lucu membuat hati ini terasa tenang dan

damai ketika kita bermain *game* maupun menonton film horor, action ataupun anime bersama. Selain itu tingkah kakak yang lucu dan mengundang gelak tawa, membuat peneliti semangat menyelesaikan skripsi ini.

3. Seluruh keluarga besar peneliti yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada peneliti. Terimakasih untuk perhatian dan kasih sayangnya.
4. Teman seperjuangan peneliti angkatan 2019 prodi bahasa dan sastra indonesia (Mardarika Alvelina, Zainullah, Abdul Mutolip, Islahul Ummah, Alini Aisha, Baiq Siska Sunari, Fadlun, Arfah, Nurfaujiah, dan Setia Yopansyah). Bisa mengenal kalian dari berbagai daerah membuat kesan berbeda dan unik yang pernah peneliti alami. Waktu belajar, bercanda, tertawa, berdiskusi dan kegiatan lainnya yang pernah kita lakukan bersama, tidak akan pernah peneliti lupakan. Semoga kita tetap akrab dan tetap menjaga tali persaudaraan.
5. Sahabat sekaligus saudara “*Tomodachi*” Rati Purwasih yang selalu memberikan saran terbaik kepada peneliti ketika melakukan proses bimbingan skripsi serta selalu mendengar keluhan-keluhan peneliti setiap harinya. Terima kasih kepada Lalu Wiriya Nanda Atmaja yang senantiasa menyemangati peneliti saat akan melakukan proses bimbingan dan selalu menghibur peneliti dengan nge-*game* bersama. Terimakasih kepada Kusmiati yang biasanya menemani peneliti saat akan melakukan proses bimbingan proposal skripsi. Tidak lupa peneliti juga berterima kasih

kepada Nur Rabiah Laili Hege dan Yuli Apriani yang selalu menyemangati peneliti saat peneliti merasa lelah dengan pengerjaan skripsi ini. Terimakasih untuk kalian berempat, berkat kalian kehidupan kuliah peneliti menjadi lebih berkesan dan menyenangkan.

6. Kaprodi Bunda Nurmiwati M.Pd., yang selalu mendukung dan mengurus kami menyelesaikan hal-hal yang berkaitan dengan tugas akhir ini. Seluruh dosen-dosen PBSI terutama dosen pembimbing peneliti Bapak Dr. M. Aris Akbar, S.S., M.Pd. dan Bapak Rudi Arrahman, M.Pd. yang telah banyak membantu dalam proses bimbingan skripsi ini.
7. Himpunan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
8. Kampus tercinta Universitas Muhammadiyah Mataram.
9. Prodi tercinta, prodi Bahasa dan Sastra Indonesia.
10. Almamater hijau tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya, sehingga skripsi dengan judul *Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi pada Wacana Iklan Produk di Televisi* dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini mengkaji tentang bentuk, jenis serta makna dari tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi pada wacana bentuk tuturan pada iklan produk di televisi. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu (S-1) Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Mataram.

Peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang mendalam kepada :

1. Drs. Abdul Wahab, MA sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Dr. Muhammad Nizaar, S.Pd., M.Si sebagai Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Nurmiwati, M.Pd sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
4. Dr. M. Aris Akbar, S.S., M.Pd. sebagai pembimbing I dan Rudi Arrahman, M.Pd. sebagai pembimbing II, yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang juga telah berkontribusi memperlancar penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik konstruktif sangat peneliti harapkan. Akhirnya, peneliti berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Mataram, 26 Juni 2023
Peneliti,

M. Fikri Ariski
NIM 2019A1A012



M. Fikri Ariski. 2023. **Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi pada Wacana Iklan Produk di Televisi Sebagai Alternatif Pembelajaran Pragmatik bagi Masyarakat**. Skripsi. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram.

Pembimbing 1 : Dr. M. Aris Akbar, S.S., M.Pd.

Pembimbing 2 : Rudi Arrahman, M.Pd.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana bentuk maupun makna tindak tutur pada iklan produk di televisi. Metode deskriptif kualitatif dan metode analisis isi media kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mendeskripsikan bentuk serta makna tindak tutur pada iklan produk di televisi ini. Sedangkan metode pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah metode rekam, simak, catat dan observasi. Penyajian analisis data peneliti menggunakan teori Milles dan Huberman yaitu reduksi data, display data, dan kesimpulan. Adapun hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah pada 36 data iklan produk peneliti tidak hanya menemukan 1 bentuk tindak tutur, tapi dalam satu data iklan biasanya terdapat 2 sampai 5 bentuk tindak tutur. Bentuk tuturan lokusi yang ditemukan berjumlah 32 tuturan, ilokusi berjumlah 84 tuturan dan perlokusi berjumlah 10 tuturan. Berhubungan dengan pemaknaan utama iklan produk, penggunaan tuturan lokusi bermakna sebagai penyebutan nama atau pengenalan produk. Penggunaan tuturan ilokusi bermakna penggambaran, penawaran, perintah menggunakan, manfaat, serta proses meyakinkan mitra tutur untuk membeli produk. Sedangkan penggunaan tuturan perlokusi bermakna penggambaran manfaat atau fungsi produk serta proses meyakinkan mitra tutur mengenai kualitas produk melalui reka adegan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penggunaan berbagai bentuk tindak tutur yang digunakan pada iklan bertujuan agar penyampaian hal-hal yang berkaitan dengan produk yang diiklankan dapat tersampaikan dengan baik kepada penonton iklan. Tuturan ilokusi merupakan bentuk tuturan yang dominan digunakan dalam iklan sedangkan tuturan lokusi dan perlokusi hanya sebagai pelengkap agar makna ilokusi yang terdapat pada iklan bisa tersampaikan dengan lebih baik.

Kata kunci: *tindak tutur, lokusi, ilokusi, perlokusi, iklan produk*

M. Fikri Ariski. 2023. *An Analysis of Speech Acts, Locutions, Illocutions, and Perlocutions in Product Advertising Discourse on Television as an Pragmatic Learning Alternative for Society*. A Thesis. Mataram: Muhammadiyah University of Mataram.

First Advisor : Dr. M. Aris Akbar, S.S., M.Pd.
Second Advisor : Rudi Arrahman, M.Pd.

ABSTRACT

The purpose of this research is to investigate and describe the form and meaning of actuation in television product advertising. The qualitative descriptive method and the qualitative media content analysis method were used to describe the form and meaning of actuation in television product advertising. Researchers employ the procedure of recording, observing, recording, and observing to obtain data. Researchers present data analysis using Milles and Huberman's theory, which includes data reduction, data display, and conclusions. According to the findings of this study, researchers found not just one form of speech act in 36 product advertising data, but generally two to five forms of speech acts in one advertising data. There were 32 utterances of locutionary speech identified, 84 utterances of illocutionary speech, and 10 utterances of perlocutionary speech. The usage of locutionary utterances is meaningful in relation to the core purpose of commercial advertising, such as introducing names or product introductions. The use of speech refers to descriptions, offers, usage instructions, benefits, and the act of persuading the interlocutor to purchase the product. Meanwhile, perlocutionary discourse refers to describing the benefits or functionalities of a product as well as the act of persuading the interlocutor about the product's quality through the creation of scenarios. The study's conclusion is that the employment of various forms of speech acts in advertising tries to appropriately express topics relevant to the product being advertised to the advertiser's audience. Locutionary speech is the most common type of speech used in ads, while perlocutionary deeds are only employed to supplement the illocutionary meaning contained in advertisements.

Keywords: Speech Act, Locutionary, Illocutionary, Perlocutionary, Product Advertising

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT BEBAS PLAGIASI	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Peneltian	12
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.5 Batasan Operasional	13
BAB II Landasan Teori	
2.1 Penelitian yang Relevan	17
2.2 Kajian Pustaka	29
2.2.1 Definisi Ilmu Pragmatik	29
2.2.2 Tindak Tutur	34
2.2.2.1 Hakikat Tindak Tutur	34

2.2.2.2 Pengelompokkan Tindak Tutur	37
2.2.3 Hakikat Konteks Tuturan, Peristiwa Tutur, dan Implikatur Percakapan.....	45
2.2.3.1 Definisi konteks tuturan.....	45
2.2.3.2 Definisi Peristiwa Tutur	47
2.2.3.3 Implikatur Percakapan	51
2.2.4 Sekilas Tentang Wacana	52
2.2.5 Sekilas Tentang Iklan	54
2.3 Kerangka Berfikir	55

BAB III Metode Penelitian

3.1 Rancangan Penelitian	58
3.2 Data dan Sumber Data	59
3.3 Metode Pengumpulan Data	59
3.3.1 Metode Rekam	60
3.3.2 Metode Simak.....	60
3.3.3 Metode Catat	61
3.3.4 Metode Observasi.....	61
3.4 Metode Analisis Data	62
3.5 Metode Penyajian Analisis Data	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pendeskripsian Data	67
4.2 Analisis Data.....	75
4.2.1 Analisis Data Tuturan Iklan Produk Jenis Tindak Tutur Lokusi ...	75
4.2.2 Analisis Data Tuturan Iklan Produk Jenis Tindak Tutur Ilokusi ...	96
4.2.3 Analisis Data Tuturan Iklan Produk Jenis Tindak Tutur Perlokusi	137
4.3 Pembahasan	145
4.3.1 Pembahasan Jumlah Bentuk Tuturan yang Ditemukan dalam Iklan produk di Televisi	145

4.3.2 Pembahasan Bentuk Pemaknaan Tuturan yang Ditemukan dalam Iklan

Produk di Televisi 148

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 151

5.2 Saran 152

DAFTAR PUSTAKA

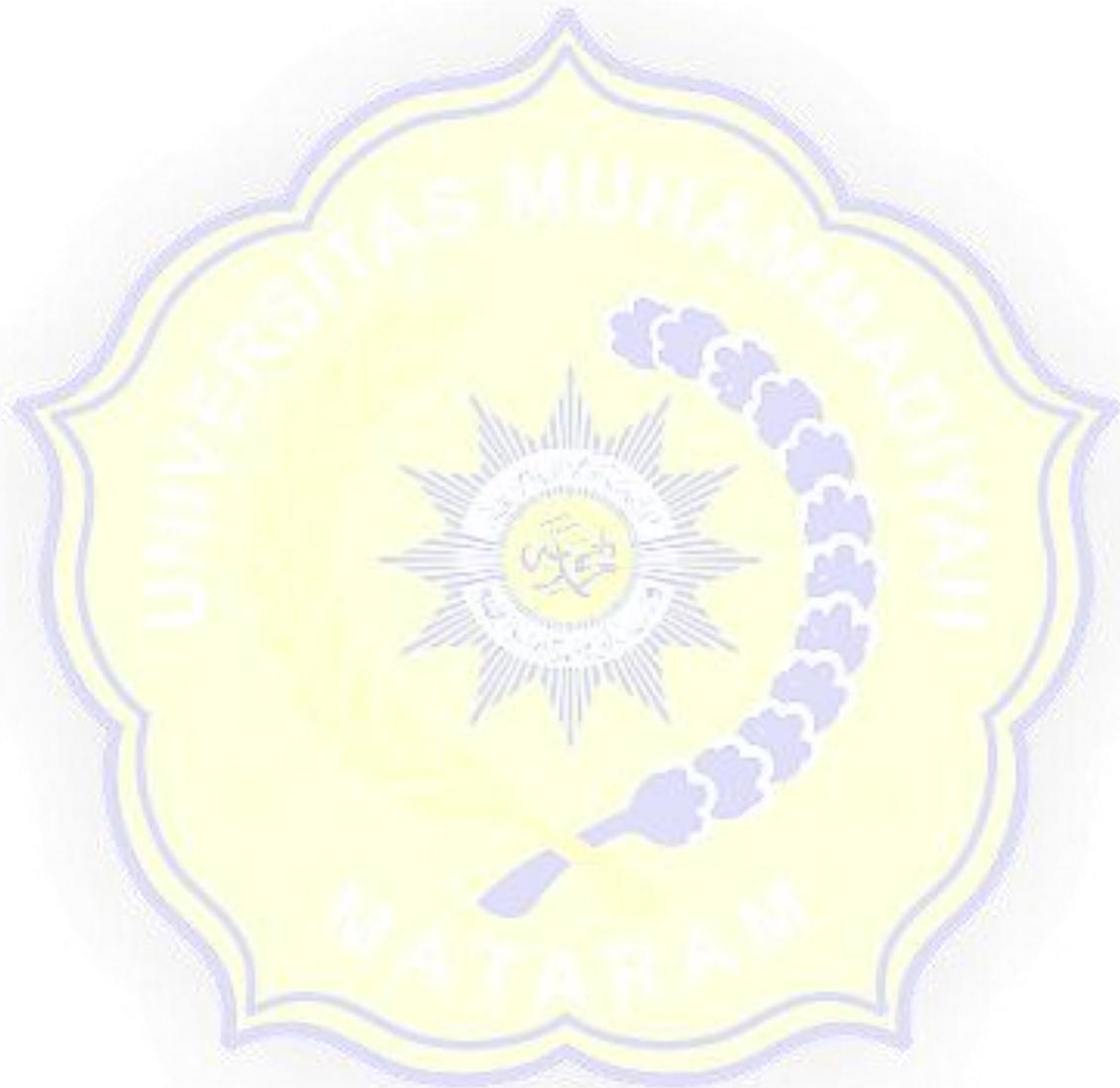
LAMPIRAN.....



DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 4.1 Tuturan iklan produk dengan bentuk tindak tutur.....	67
----------------------------------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbicara tentang manusia, manusia adalah suatu aspek multidimensi dan kompleks yang tidak bisa bertahan hidup sendiri. Manusia yang cenderung memiliki sifat alami yaitu tidak bisa hidup sendiri dan sangat membutuhkan manusia lainnya melakukan suatu hal yang disebut sebagai interaksi atau suatu kondisi yang dilakukan untuk bisa terhubung antara satu sama lain. Interaksi adalah hubungan yang dilakukan oleh manusia, baik antara individu dengan individu ataupun antara individu dengan kelompok dengan adanya tindakan saling mempengaruhi antara satu sama lain dan biasanya terjadi hubungan timbal balik. Interaksi yang terjadi pada manusia tidak hanya dipicu oleh kondisi maupun dorongan biologis saja, tapi interaksi ini juga bisa dipicu oleh kebutuhan ekonomis yang diinginkan oleh seseorang. Maksudnya adalah pengaruh emosional yang timbul karena perasaan ataupun kondisi yang ada pada dirinya sangat berkaitan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh seseorang, sehingga dapat memicu untuk melakukan proses interaksi ini. Dalam mewujudkan kegiatan interaksi, manusia melakukan sebuah kontak dengan manusia lainnya melalui komunikasi. Adapun kontak yang digunakan atau dilakukan oleh manusia dalam melakukan kegiatan komunikasi ini dinamakan sebagai bahasa.

Secara sederhana, bahasa merupakan instrumen atau alat yang digunakan oleh manusia untuk mewujudkan kegiatan interaksi atau berkomunikasi dengan sesama manusia lainnya. Bahasa juga didefinisikan sebagai instrumen komunikasi

yang digunakan oleh sekelompok manusia yang mendiami suatu tempat yang berbentuk lambang atau aksara *arbitrer* yang diciptakan oleh instrumen ucap manusia dengan fungsi atau peran untuk menjalin interaksi, kerjasama, komunikasi dan mengidentifikasi atau menggambarkan diri. Berdasarkan sejarah peradaban manusia, bahasa merupakan instrumen komunikasi yang tidak dapat diragukan kemanjurannya dibandingkan dengan instrumen komunikasi yang pernah digunakan atau diciptakan oleh manusia dalam hal melakukan kegiatan interaksi. Alasan kenapa bahasa dikatakan sangat ampuh dalam melakukan kegiatan interaksi, karena bahasa berisi pemikiran, keinginan, serta perasaan yang mampu membuat pembicara mampu menyampaikan hal yang ingin disampaikan dengan jelas kepada lawan bicaranya, tapi perlu digaris bawahi, penggunaan bahasa dalam melakukan kegiatan berkomunikasi haruslah jelas dan dapat dipahami dengan mudah, agar lawan bicara dapat menangkap maksud dan tujuan dari pembicaraan tersebut. Berinteraksi dalam bentuk berkomunikasi merupakan hal yang berhubungan dengan penyampaian makna atau maksud kalimat. Adapun bentuk penyampaian bahasa berupa kata atau kalimat tersebut harus dituangkan dalam bentuk tindak tutur atau dalam bentuk wacana agar penyampain bahasa yang dilakukan memiliki pesan yang jelas serta berkesan kepada lawan bicara.

Tindak tutur merupakan kajian dalam pragmatik yang mengikut melibatkan pembaca, penulis, pendengar dan pembicara serta perkara yang dibincangkan tanpa mengecualikan konteks lain yang membarengi dengan waktu tindak tutur tersebut berlangsung. Lebih relevannya lagi, tindak tutur adalah gejala personal dengan sifat intelektual yang kelanjutannya sangat ditetapkan oleh kemampuan

atau keahlian bahasa seorang penutur dalam menjumpai mitra tutur saat melangsungkan kegiatan komunikasi. Kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh manusia yaitu proses saling mengutarakan sebuah informasi seperti perasaan, emosi, pikiran, hasrat, ataupun gagasan secara langsung dan diikuti oleh tindakan untuk memperjelas maksud dari komunikasi tersebut merupakan proses atau kegiatan tindak tutur. Berdasarkan pandangan umum tindak tutur memiliki tiga jenis atau bentuk yang meliputi tindak tutur lokusi (suatu tindakan untuk memberitahukan sesuatu), tindak tutur ilokusi (melakukan atau suatu tindakan dalam menyatakan sesuatu), dan tindak tutur perlokusi (melakukan suatu tindakan dengan mengatakan sesuatu atau pengaruh atau efek dari tindak tutur lokusi dan ilokusi).

Bentuk tindak tutur yang pertama adalah tindak tutur lokusi. Tindak tutur lokusi yaitu sebuah tindakan untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu yang dilaksanakan oleh pembicara (penutur) kepada (lawan bicara) mitra tutur. Konsep tindak tutur lokusi ini adalah memperhatikan suatu ujaran berupa kalimat sebagai bentuk hipotesis yang sesuai atau pertanyaan. Tindak tutur ini akan timbul ketika seorang pembicara yaitu penutur melakukan tuturan atau pertanyaan kepada lawan bicara (mitra tutur). Tindak tutur lokusi dikaitkan sebagai jenis tindak tutur yang dimana pembicara (penutur) melakukan tuturan dalam bentuk yang fasih dan tepat. Jadi yang menjadi pokok utama pada tindak tutur lokusi ini berupa bentuk ujaran serta bentuk makna tuturan yang diberitahukan oleh pembicara atau penutur.

Bentuk tindak tutur yang kedua adalah tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang berperan untuk menyampaikan sesuatu oleh seorang pembicara (penutur) dengan tujuan untuk melakukan tindakan yang ingin diinginkan atau tujuan yang ingin diperoleh oleh seorang pembicara (penutur) pada saat menyampaikan suatu tuturan kepada lawan bicara (mitra tutur). Tindak tutur ini adalah elemen yang sangat penting untuk mendapatkan pemahaman dari tindak tutur itu sendiri. Titik pusat tindak tutur ilokusi adalah untuk mengatakan atau menyampaikan maksud pembicaraan dan dapat diterapkan untuk melaksanakan sesuatu dengan niat, arti, fungsi serta tujuan tertentu.

Bentuk tindak tutur yang ketiga adalah tindak tutur perlokusi. Tindak tutur perlokusi adalah efek atau akibat yang muncul pada pribadi mitra tutur setelah menyimak ataupun menangkap sebuah tuturan. Tindak tutur perlokusi dapat dikatakan sebagai akibat yang dihasilkan oleh mitra tutur karena penyampaian bentuk kalimat dan pengaruh atau akibat tersebut berhubungan dengan kondisi penyampaiannya. Tindak tutur perlokusi memiliki pengaruh atau dampak yang disengaja atau tidak disengaja kepada lawan bicara (mitra tutur) yang disebabkan oleh pembicara (penutur) ketika melakukan sebuah tuturan.

Penuturan yang baik dan benar dapat membuat seorang penutur mengomunikasikan tuturan atau bahasanya kepada lawan bicara (mitra tutur) secara tepat dan sesuai dengan konteks yang ingin dituturkan dan membuat lawan bicara (mitra tutur) paham akan tuturan tersebut. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, tindak tutur bisa dikatakan sebagai bentuk tuturan yang dilakukan oleh seorang pembicara (penutur) yang mencangkup tentang sebuah tindakan

yang sesuai dengan tuturan yang diberikan kepada lawan bicara (mitra tutur). Penyesuaian tuturan ini maksudnya adalah jenis tuturan yang digunakan oleh penutur dan akan memberikan pengaruh (reaksi) kepada mitra tutur saat melakukan kegiatan tuturan. Selain kegiatan mengatakan atau mengucapkan sebuah tuturan, penutur juga melakukan tindakan untuk menekankan tuturannya. Melalui menuturkan sebuah ujaran dalam bentuk tindakan, penutur mempunyai tujuan, maksud yang jelas, serta keinginan yang hendak dicapai dari mitra tutur. Sederhananya, apabila seseorang ingin mengemukakan atau mengajukan suatu tuturan kepada orang lain, maka pemilihan kata serta kalimat yang dapat menarik minat lawan bicara sangat diperhitungkan, hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana respon lawan bicara tersebut ketika selesai mendengar tuturan yang telah disampaikan sebelumnya. Pemilihan kata serta kalimat ini juga perlu diperhatikan agar hasrat serta tujuan dari pembicara dapat dimengerti oleh lawan bicara.

Wacana adalah barisan yang saling berhubungan dan berkaitan antara kata dan kalimat yang menimbulkan makna yang selaras antara kata dan kalimat. Wacana juga dapat dikatakan sebagai suatu unit atau komponen kebahasaan yang kedudukannya lebih dominan ketimbang klausa dan kalimat serta memiliki ikatan antara komponen bahasa antara satu dengan yang lainnya. Dalam kesatuan kebahasaan, wacana memiliki kedudukan tertinggi. Wacana selalu digunakan dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan seperti antropologis, politik, filsafat, maupun sosiologi. Berbicara tentang wacana, wacana memiliki bentuk dalam penyampaiannya. Bentuk penyampaiannya dapat berwujud kalimat, kata,

paragraf, atau karya tulis utuh seperti ensiklopedia, buku, maupun artikel yang didalamnya berisi informasi, pesan maupun petunjuk yang lengkap. Salah satu jenis wacana adalah wacana lisan. Wacana lisan merupakan jenis wacana yang penyampaiannya melalui media maupun disampaikan secara langsung. Dalam penerapan wacana lisan kepada lawan bicara, lawan bicara harus memiliki daya simak yang tinggi agar penyampaian maksud atau pesan dari pembicara tidak mengalami hambatan mengenai pemahaman yang ingin disampaikan. Seseorang yang melakukan komunikasi menggunakan wacana lisan yang berupa ujaran langsung kepada pendengar atau lawan bicara, biasanya akan cukup sulit untuk diulang kembali agar mirip dengan ujaran yang telah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikatakan fungsi primer bahasa adalah sebagai perangkat atau instrumen komunikasi, jadi bahasa juga memiliki fungsi sebagai media yang diterapkann oleh manusia untuk berbagi informasi antara pembicara (penutur) dan lawan bicara (mitra tutur). Sedangkan dalam bentuk penyampaian bahasa tersebut, dibutuhkan suatu komponen atau proses yang dinamakan sebagai tindak tutur dan wacana. Perkembangan teknologi manusia yang semakin maju setiap tahunnya, membuat cara berinteraksi, berkomunikasi serta berbagi informasi semakin mudah untuk dilakukan. Adapun media yang mempunyai kontribusi penting dalam pertumbuhan serta kemajuan bahasa adalah media massa. Berkaitan dengan media massa yang terbilang populer dikalangan masyarakat, televisi merupakan salah satunya. Televisi secara sederhana adalah suatu media massa yang menyajikan siaran bergambar yang dijadikan sebagai media hiburan atau media penyampaian informasi. Televisi juga

dapat dikatakan sebagai media yang dapat mengubah persepsi, pandangan, perasaan, dan sikap para penonton. kondisi ini dinilai wajar, jika acara yang ditawarkan membuat penonton tersentuh atau kagum, tapi tidak menjadikan hal tersebut sebagai sesuatu yang istimewa. Alasannya karena salah satu konsekuensi psikologis dari televisi adalah membuat para penonton merasa terhipnotis dalam suasana pementasan berupa tayangan yang disajikan oleh televisi tersebut.

Berkaitan dengan televisi, pasti tidak akan terlepas dari tayangan berupa program atau acara yang dikemas dengan sedemikian rupa serta berkesan menarik dan mempunyai ciri khas masing-masing. Televisi menjadi kepingan dari media elektronik yaitu media massa yang memiliki pengaruh besar dalam penyampaian suatu informasi. Informasi-informasi ini berupa sejumlah tuturan yang dibuat oleh seseorang dan dituangkan ke dalam program-program di televisi. Program-program di televisi tidak hanya berupa program yang bertujuan untuk memberikan informasi saja, tapi ada juga yang berupa program hiburan. Program-program seperti acara komedi, kartun maupun acara lainnya yang bertujuan untuk menghibur, semata-mata dibuat hanya untuk menghilangkan stres masyarakat. Berdasarkan penjelasan tersebut, saran elektronik seperti televisi merupakan sarana yang banyak digunakan oleh khalayak ataupun masyarakat dalam hal tempat pencarian informasi dan juga sebagai sarana hiburan. Penggambaran bentuk-bentuk tindak tutur dapat disaksikan dari sejumlah acara atau program yang tayang di televisi.

Selain sebagai media penyampaian informasi serta sarana hiburan, televisi juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai media promosi. Promosi ini merupakan

suatu bentuk interaksi yang digunakan untuk menjual barang, berupa penjelasan mengenai pengenalan barang serta manfaat atau fungsi barang tersebut dengan menggunakan tuturan yang memiliki kesan mempengaruhi atau membujuk. Bentuk promosi yang digunakan dalam media massa (televisi) ini disebut sebagai iklan. Iklan merupakan bentuk penyampaian atau penyajian pesan yang fokus tujuan utamanya adalah untuk menarik pelanggan agar tertarik dengan produk yang dipromosikan pada iklan. Iklan diibaratkan sebagai bentuk kebahasaan yang berbentuk wacana dan tindak tutur yang dibuat atau disusun sedemikian rupa dengan tujuan untuk memperkenalkan barang atau perbuatan dengan kesan agar orang-orang tertarik untuk menyimak penjelasan ataupun membeli barang yang diiklankan tersebut. Secara sederhananya iklan merupakan suatu bentuk wacana serta tindak tutur yang pihak satu ke pihak lainnya tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua pihak tersebut.

Berkaitan dengan periklanan, pembelajaran bahasa yang dapat digunakan untuk mengkaji atau meneliti bahasa atau tuturan iklan dimedia massa terutama televisi adalah ilmu pragmatik. Pragmatik yaitu ilmu kebahasaan yang mengamati atau mempelajari fungsi penyampaian bahasa oleh masyarakat. Pragmatik juga dapat dikatakan sebagai kajian yang mendalami ikatan antara konteks dengan bahasa itu sendiri yang dijadikan sebagai penjelasan dasar dalam pemahaman bahasa di lingkungan masyarakat. Salah satu kajian pragmatik yaitu berkaitan dengan aspek kebahasaan dan penyesuaian konteks yang mendasari makna yang ditimbulkan dari kedua aspek ini. Penulis melihat bahwa iklan memiliki keterkaitan dengan studi pragmatik, baik dari segi tindakan berupa

memberitahukan sesuatu (tindak tutur lokusi), melakukan suatu tindakan dalam memberitahukan sesuatu (tindak tutur ilokusi), dan melakukan suatu tindakan dengan memberitahukan atau mengatakan sesuatu atau pengaruh atau efek dari tindak tutur lokusi dan ilokusi (tindak tutur perlokusi).

Peneliti melihat sebuah kecenderungan, rata-rata iklan di televisi menggunakan penyusunan kata-kata serta pola kebahasaan yang unik untuk menarik hasrat penonton agar tertarik dengan produk atau barang yang diiklankan. Pola-pola kebahasaan yang digunakan tersebut tergantung dari jenis barang atau produk yang diiklankan. Misalnya iklan tentang produk makanan, pembuat iklan akan membuat tindak tutur serta wacana yang menyatakan bahwa makanan tersebut memiliki kualitas yang baik atau memiliki rasa yang enak. Adapun iklan yang terbilang populer di televisi adalah iklan jual beli online seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada* maupun *Bukalapak*. Iklan-iklan yang dibuat oleh aplikasi jual beli online ini dibuat sedemikian rupa agar bisa menarik banyak konsumen. Bukan hanya mengandalkan penggunaan pola bahasa dan tindak tutur yang menarik, iklan-iklan jual beli online ini juga memikirkan reaksi atau tanggapan selanjutnya ketika orang-orang melihat iklan-iklan tersebut, seperti apa yang akan terjadi ketika mereka memberikan diskon atau penurunan harga pada produk-produk yang mereka iklankan. Tidak hanya kedua contoh iklan ini, iklan-iklan lain juga menggunakan metode atau cara yang sama untuk menawarkan produk atau jasa mereka. Kedua contoh iklan ini menjadi bukti bahwa para pelaku usaha produk selalu memikirkan hal yang dianggap memiliki keunikan tersendiri untuk melahirkan iklan-iklan yang berkualitas, baru maupun unik serta dapat diterima

oleh masyarakat. Setiap pelaku usaha produk selalu memperbarui iklan yang dibuat yaitu berupa tuturan serta tampilan iklan, hal ini dilakukan agar para konsumen atau pelanggan tidak menimbulkan perasaan bosan dengan gambaran produk yang diiklankan. Memunculkan visual baru yang lebih menarik serta menyesuaikan dengan kondisi saat ini serta penyusunan tuturan yang menarik merupakan cara untuk memperbarui iklan itu sendiri. Penggunaan tuturan dengan kata lain tindak tutur yang dirasa cocok, penggunaan pola kebahasaan yang menarik, penyusunan kalimat yang sesuai konteks dengan produk yang akan diiklankan, serta pemikiran bagaimana reaksi atau tanggapan seseorang (konsumen) saat melihat iklan tersebut sangat berkaitan dengan ilmu pragmatik tepatnya di kajian tindak tutur. Berdasarkan penjelasan tersebut, membuat peneliti tertarik menjadikan iklan yang merupakan salah satu bentuk tindak tutur sebagai objek penelitiannya.

Alasan lain yang membuat peneliti mengambil kajian pragmatik dikajian tindak tutur pada penelitian ini karena peneliti melihat bahwa ilmu pragmatik terutama pada kajian tindak tutur masih cukup sulit untuk dipelajari ataupun dipahami oleh sebagian masyarakat saat ini. Adapun bagian yang menurut peneliti cukup sulit dipahami pada kajian tindak tutur adalah dari segi penerapan ataupun penggunaan serta perbedaan dari segi bentuk atau jenis tindak tutur tersebut. Padahal setiap tingkah laku yang berhubungan dengan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang seperti mengajak, mengusulkan, memberi pendapat, menyarankan, mendesak, memberi aba-aba, menantang ataupun memerintah ialah gambaran dari tindak tutur itu sendiri. Tindak tutur seakan tidak dikenal, terutama

pada masyarakat yang tidak begitu tertarik dengan ilmu kebahasaan. Hal inilah menjadi dasar lain peneliti, mengambil kajian pragmatik pada bagian tindak tutur pada penelitiannya. Peneliti bertujuan membuat penelitian yang berguna bagi masyarakat yang berminat untuk mempelajari tindak tutur dan juga memperkenalkan kepada masyarakat bagaimana bentuk dari kajian tindak tutur tersebut dari segi contoh maupun bentuk. Penelitian ini menggunakan iklan produk di televisi sebagai objek utama penggambaran tindak tutur. Alasan peneliti menggunakan iklan produk sebagai objek utama penelitiannya karena iklan merupakan objek yang dianggap peneliti sebagai objek paling sederhana dari bentuk tindak tutur. Selain itu faktor ketergantungan atau minat masyarakat menggunakan media massa terutama televisi, menjadi alasan lain peneliti menjadikan iklan produk ini sebagai objek kajian utama dalam penelitiannya.

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan tersebut, peneliti pun mengambil keputusan untuk meneliti atau menganalisis iklan-iklan produk di televisi sebagai objek penelitiannya. Adapun judul penelitian ini adalah “*Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi dalam Wacana Iklan Produk di televisi*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimanakah bentuk tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi pada iklan produk di televisi?
- 2) Bagaimakah bentuk penyampaian makna yang dituangkan dalam tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi pada iklan produk di televisi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Mendeskripsikan bentuk tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi pada iklan produk di televisi.
- 2) Mendeskripsikan bentuk penyampaian makna yang dituangkan dalam tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi pada iklan produk di televisi.

1.4 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian yang dilakukan tentu saja mempunyai manfaat. Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat, baik itu secara teoretis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman serta pengetahuan yang dapat memperkaya dan memperluas pandangan mengenai bentuk atau makna dari tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi pada iklan produk di televisi. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberi pengetahuan dalam bidang kajian pragmatik melalui objek penelitian yang sederhana, yaitu iklan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut.

- 1) Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi baru yang bermanfaat dalam hal mengetahui dan memahami bentuk serta pemaknaan tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi pada iklan produk di televisi.

- 2) Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi batu loncatan dalam hal menambah pengetahuan maupun pemahaman pada aspek ilmu pragmatik yaitu dalam kajian tindak tutur.
- 3) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian serupa yang berhubungan dengan ilmu pragmatik dalam kajian tindak tutur.

1.5 Batasan Operasional

Penelitian merupakan sebuah usaha berupa penyelidikan suatu masalah dengan cara penanganan yang kritis, sistematis, objektif, ilmiah serta faktual untuk mencari jawaban atau pemecahan masalah yang ingin atau sedang dikerjakan. Penelitian juga dapat dideskripsikan sebagai bentuk eksperimen yang dijalankan oleh seseorang yaitu peneliti untuk mendeskripsikan atau cara mencari suatu hal yang dilakukan dengan aktif, tekun, serta sistematis. Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan ada sebuah istilah yang dinamakan sebagai batasan operasional. Istilah batasan operasional ini merupakan batasan pengertian yang digunakan peneliti sebagai pedoman atau tolak ukur untuk melakukan suatu kegiatan ataupun sebuah pekerjaan tidak terkecuali sebuah penelitian.

Batasan operasional ini digunakan untuk menjajarkan suatu konsep definisi yang beraneka ragam antara peneliti dengan seseorang yang membaca penelitian yang telah dilakukan. Batasan operasional ini sangat berpengaruh dalam sebuah penelitian. Adapun pengaruh batasan operasional ini seperti tidak akan terjadinya kesalahpahaman pembaca dalam membaca sebuah penelitian. Berdasarkan penjelasan tersebut, berikut merupakan uraian uraian-batasan operasional atau devinisi operasional yang disusun dalam penelitian ini.

1) Pragmatik

Pragmatik merupakan satu diantara aspek linguistik yang menelaah komposisi maksud didalam suatu bahasa secara eksternal, dengan kata lain perkembangan serta perubahan bahasa yang diakibatkan oleh adanya kontak satu bahasa dengan bahasa lainnya. Pragmatik juga dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari keadaan pemakaian bahasa pada manusia dengan dasar penggunaannya ditentukan oleh konteks pendorong bahasa tersebut.

2) Tindak tutur

Tindak tutur merupakan aspek linguistik yang termasuk bagian pragmatik. Definisi tindak tutur dikatakan sebagai kegiatan tuturan kalimat untuk membuktikan agar tujuan atau maksud dari pembicara dapat diketahui oleh pendengaran. Definisi lain dari tindak tutur yaitu ujaran yang dibuat oleh pembicara saat melakukan suatu interaksi sosial. Adapun macam-macam tindak tutur yang pertama adalah lokusi (tindakan mengatakan sesuatu), ilokusi (perbuatan pernyataan maupun tawaran), dan perlokusi (efek yang muncul pada mitra tutur).

(1) Tindak tutur lokusi

Tindak tutur lokusi adalah tindakan untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu sesuatu kepada mitra tutur. Tindak tutur ini melihat suatu kalimat atau ujaran sebagai suatu bentuk tawaran atau berupa pertanyaan. Tindak tutur ini akan timbul ketika pembicara (penutur) menuturkan sebuah tuturan atau pertanyaan kepada lawan bicara (mitra tutur).

(2) Tindak tutur ilokusi

Tindak tutur ilokusi adalah tindak ujar yang bermaksud untuk melaksanakan sebuah tindakan saat mengatakan sesuatu. Tindak tutur ilokusi dapat didefinisikan sebagai suatu pembuatan tawaran, pertanyaan maupun janji yang dalam pengujarannya dinyatakan menurut daya yang bersahaja serta berhubungan dengan pengucapan secara langsung serta ekspresi yang performatif.

(3) Tindak tutur perlokusi

Tindak tutur perlokusi adalah dampak yang muncul pada lawan bicara (mitra tutur) sesudah mendengar sebuah ucapan atau tuturan dari pembicara (penutur). Tindak tutur ini dapat disebutkan sebagai pengaruh yang dihasilkan oleh lawan bicara (mitra tutur) karena pengujaran sebuah kalimat dan memiliki dampak yang berhubungan dengan kondisi pengujarannya. Tindak tutur perlokusi dibaratkan atau diilustrasikan berupa daftar-daftar verba ekspresif yang timbul ketika mitra tutur mendengar atau menyimak sebuah tuturan dari seorang penutur.

3) Iklan

Iklan adalah suatu cara untuk mempromosikan sebuah produk, jasa maupun ide dengan tujuan untuk memikat minat pelanggan supaya membeli produk yang diiklankan. Iklan yang paling populer pada masa sekarang ini adalah iklan dari media massa terutama dari televisi. Tujuan dari pembuatan iklan ini adalah sebagai media memasarkan produk, menghasilkan penjualan, memberikan informasi, media membujuk konsumen, dan membangun kesadaran akan produk yang diiklankan.

Berdasarkan tiga komponen batasan operasional tersebut, penelitian ini akan berfokus pada ilmu pragmatik yaitu pada kajian tindak tutur. Adapun data yang menjadi pokok utama pada penelitian ini adalah iklan produk di televisi, yang merupakan satu dari sekian bentuk gambaran dari tindak tutur. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana bentuk atau gambaran tindak tutur pada iklan produk di televisi, baik dari segi bentuk maupun penyampaian makna atau maksud dari iklan yang akan dianalisis. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memperlihatkan bahwa iklan produk di televisi merupakan bentuk sederhana dan dapat dijadikan sebagai salah satu aspek alternatif untuk mempelajari ilmu pragmatik pada kajian tindak tutur.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian yang Relevan

Sebuah penelitian akan berhasil tergantung dari teori atau konsep yang melandasinya. Maksud dari teori disini adalah sebuah tumpuan pada penelitian yang berhubungan dengan pustaka acuan yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang dijelaskan dalam sebuah penelitian. Untuk itu, dalam melakukan penyelesaian atau penggarapan suatu proposal, perlu mempelajari pustaka ataupun hasil penelitian yang pernah dilangsungkan sebelumnya serta relevan atau berkaitan dengan penelitian yang akan dikerjakan atau dilaksanakan.

Penelitian ini adalah penelitian yang membahas tentang analisis dari tindak tutur yaitu tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi pada iklan produk di televisi serta bagaimana iklan yang merupakan salah satu bentuk tindak tutur ini dapat dijadikan sebagai alternatif pembelajaran pragmatik bagi masyarakat. Dalam melakukan penelitiannya, peneliti telah berusaha dengan pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki. Namun peneliti juga mengumpulkan beberapa penelitian-penelitian terdahulu dengan isi materi dan jenis penelitian yang terbilang memiliki persamaan atau relevan dengan penelitian yang dilaksanakan. Peneliti pun menjadikan penelitian-penelitian tersebut sebagai bahan referensi.

Muchtar (2016), Jurusan Bahasa Indonesia dan Sastra Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makasar dengan judul hasil penelitian “Wacana Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi Dalam Acara *Golden Ways* (Mario Teguh)”. Penelitian yang dilakukan oleh Muchtar (2016)

memaparkan tiga masalah dalam penelitiannya. Masalah-masalah tersebut adalah 1) Bagaimanakah bentuk lokusi dan maknanya dalam tuturan Mario Teguh pada acara *talkshow Golden Ways*, 2) Bagaimanakah bentuk ilokusi dan maknanya dalam tuturan Mario Teguh pada acara *talkshow Golden Way*, dan 3) Bagaimanakah bentuk perlokusi dan maknanya dalam tuturan Mario Teguh pada acara *talkshow Golden Ways*.

Berdasarkan hasil penjabaran data yang penulis lakukan, penggunaan tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi oleh Mario Teguh memiliki pola serta bentuk dalam penyampaiannya. Menurut penulis makna lokusi yang dilakukan oleh Mario Teguh banyak yang diekspresikan dengan tuturan yang jelas, hal ini membuat penonton (mitra tutur) dapat memahami apa yang dimaksud oleh Mario Teguh sebagai penutur dengan gambaran tuturan berupa kalimat imperatif, deklaratif, ekslamatif, dan interogatif. Penulis juga mengungkapkan tuturan yang diutarakan oleh Mario teguh sebagai penutur mengandung tindak ilokusi dengan wujud kalimat berupa direktif, konstantif, dan gambaran sebuah perasaan sehingga memicu timbulnya tindak perlokusi yaitu dampak yang dialami penonton (mitra tutur) dan penontonpun melakukan aksi yang dikehendaki oleh Mario Teguh yang berperan sebagai penutur tersebut. Dalam penelitian ini juga penulis juga menyatakan bahwa tindak tutur yang dilakukan oleh Mario Teguh selaku sebagai objek utama penelitian ini, cenderung menggunakan tuturan ilokusi berpola pertanyaan. Dalam penelitiannya penulis menjelaskan bahwa kecenderungan pemakaian tuturan ilokusi berupa pertanyaan yang dilakukan oleh Mario Teguh dilakukan untuk mengetahui persoalan yang dialami oleh penonton

(mitra tutur). Respon dari pendengar inilah yang akan membuat Mario Teguh melakukan tindakan selanjutnya berupa pemberian nasihat atau saran atas masalah yang dialami oleh mitra tutur. Adapun contoh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ikrar Nusabhakti Muctar (2016) adalah sebagai berikut.

So... dari 7.553 orang 37% memilih kesetiaan, 35 % memilih tanggung jawab, dan 28% kepastian. (video 2 Eps. 12 April 2015 Membahagiakan Wanita).

Contoh pertama termasuk tindak tutur lokusi, jenis deklaratif yaitu berkaitan dengan pernyataan. Makna dari kalimat ini adalah Penutur memberitahukan hasil voting yang diberikan kepada penonton.

Sahabat-sahabat saya yang baik hatinya, hanya wanita yang bisa membuat laki-laki dewasa menangis seperti anak-anak, semua laki-laki dewasa yang sudah menikah tahu itu, Ok! (video 2 Eps. 12 April 2015 Membahagiakan Wanita).

Contoh kedua termasuk tindak tutur ilokusi, jenis asertif yaitu berkaitan dengan mengemukakan. Makna dari kalimat ini adalah Mario Teguh (penutur) mengemukakan atau mengutarakan perihal yang menyebabkan pria menangis adalah wanita, bertujuan untuk memengaruhi pandangan serta reaksi penonton (mitra tutur) bahwa laki-laki yang sangat mencintai seorang wanita, pasti akan menangis ketika melihat wanita tersebut dalam kondisi yang terpuruk.

Ini....., anak ini disebut bandel! (video 1 Eps. 5 April 2015 UN Don't Worry).

Contoh ketiga termasuk tindak tutur perlokusi, jenis *Act Sequence* yaitu berkaitan bentuk atau isi ujaran oleh mitra tutur. Makna dari kalimat ini adalah sebuah tuturan yang berlangsung ketika seorang mitra tutur yang biasanya

menghadapi suatu kekhawatiran ketika melakukan ujian nasional, hal ini disebabkan oleh cara belajar yang tidak terencana dan tidak memiliki niat untuk memperbaiki cara belajarnya, sehingga Mario teguh sebagai penutur menyimpulkan bahwa anak tersebut adalah anak yang nakal, karena bentuk tuturan berupa penilaian dari Mario Teguh tersebut membuat penonton merasa lucu dan seketika tertawa setelah mendengar hal ini.

Dalam melakukan penelitiannya, Muchtar (2016) melakukan pengelompokan tindak tutur dalam menggambarkan hasil penelitiannya yaitu berupa tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Penelitian yang dilaksanakan oleh Ikrar Nusabhakti Muchtar (2016) ini, dapat disimpulkan bahwa tindak tutur yang dilakukan oleh seorang penutur memiliki pola tersendiri. Pola inilah yang akan menjadi titik awal tuturan dapat memahami atau mempengaruhi mitra tutur.

Sari (2019), Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Jember dengan judul hasil penelitian “Analisis Tindak Tutur Dalam Produk Iklan Kecantikan Wardah di Media Sosial”. Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) memaparkan dua masalah dalam penelitiannya. Masalah-masalah tersebut adalah 1) Tindak tutur apakah ilokusi yang terdapat dalam wacana iklan produk kecantikan *Wardah* dimedia televisi dan 2) Bagaimana fungsi tindak tutur perlokusi yang terdapat dalam iklan produk kecantikan *Wardah* dimedia televisi.

Berdasarkan hasil analisis data yang penulis lakukan, tindak tutur yang terdapat pada iklan produk kecantikan yaitu *Wardah*, memiliki pola tersendiri. Dalam penelitiannya Penulis melakukan analisis terhadap dua puluh dua data

video iklan produk kecantikan dalam melakukan penelitian ini. Pola-pola tindak tutur tersebut diperoleh melalui penggunaan bentuk atau jenis ilokusi. Pengelompokan tindak ilokusi tersebut berupa asertif, komisif, direktif, ekspresif, dan deklaratif. Penulis memaparkan dalam penelitiannya, bahwa tindak ilokusi asertif merupakan tindak tutur yang paling timbul atau dominan pada iklan produk kecantikan *Wardah*. Selain itu dua puluh dua data video iklan produk kecantikan *Wardah* juga didapati bentuk penerapan tindak tutur perlokusi yaitu menyenangkan, membujuk, kerja sama, dan kompetitif. Dapat dikatakan, fungsi tindak perlokusi yang paling timbul atau sering muncul pada tindak tutur di iklan produk kecantikan ini adalah menyanjung dan bekerja sama. Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa bentuk tuturan dalam iklan mempunyai hasrat agar seseorang melaksanakan sesuatu dengan cara memberitahukan berbagai macam alasan positif pada mereka yang telah menerapkannya. Adapun salah satu contoh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) adalah sebagai berikut.

Meskipun setiap waktu bergerak tanpa henti. Aku harus selalu ready dan terlihat perfect setiap hari. Baru Wardah Instaperfect. Tampil sempurna, ringan, dan lembut terlindungi. Hanya dengan hitungan detik. Aku tak pernah ragu jadi yang terbaik. Maksimalkan cantikku. Semudah dan secepat gerak langkahku. Mattesetter Lip Matte Paint, polesan warna intensnya sekali usah tahan lebih lama. Kapanpun. Kemanapun aku pergi selalu tampil sempurna dan percaya diri. Wardah Instaperfect for Your Unstoppable Move.

Contoh tuturan iklan pada penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) ini, termasuk tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi yang digunakan yaitu ilokusi

asertif berupa kalimat menjelaskan atau menyatakan. Tuturan iklan ini menyatakan bahwa bahwa iklan Wardah adalah salah satu jenis produk kecantikan yang dapat menjadikan wajah tampak cantik tanpa menunggu waktu lama. Penggunaan produk *Wardah* pun dijelaskan secara mudah karena dapat digunakan di mana pun, bahkan dalam kondisi kaki yang sedang berjalan.

Dalam melakukan penelitiannya, Sari (2019) mengumpulkan iklan produk kecantikan kemudian mengelompok iklan tersebut berdasarkan jenis tindak tutur yang dianggap relevan, baik dari segi jenis tindak tutur lokusi dan perlokusi. Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) ini, dapat disimpulkan tindakan dalam tindak tutur merupakan bentuk kegiatan berupa usaha yang dilakukan oleh seberapa atausekelompok orang untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Kaptiningrum (2020), Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN) Tegal dengan judul hasil penelitian “Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi dan Perlokusi pada *Whatsapp Group* Sivitas Akademika IBN Tegal. Penelitian yang dilakukan oleh Kaptiningrum ini, berfokus pada tindak tutur pada komunikasi tertulis di IBN Tegal melalui media sosial *whatsapp group*. Menurut penulis, tindak tutur yang dilakukan dalam sebuah aplikasi kekinian seperti *whatsapp* memiliki keunikan sendiri, baik itu dari segi penyampaian kata melalui perekaman suara maupun penulisan pesan yang ingin diberitahukan oleh penutur kepada mitra tutur melalui aplikasi *whatsap* ini.

Pembahasan yang dilakukan oleh penulis yang pertama pada penelitiannya adalah tindak tutur lokusi. Tindak tutur lokusi pada penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kategori tuturan, ketiga kategori tuturan tersebut adalah berita

berkaitan dengan pemberitahuan kepada mitra tutur, tanya berkaitan dengan menanyakan informasi kepada mitra tutur dan perintah tuturan dengan kaitannya sebagai proses pemberian perintah kepada mitra tutur.

Pembahasan penelitian ini yang kedua adalah tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi pada penelitian ini dikelompokkan menjadi lima kategori tuturan, kelima kategori tuturan tersebut adalah asertif berkaitan dengan proposisi tuturan yang diekspresikan penutur, direktif berkaitan dengan tuturan yang dapat menimbulkan sebuah akibat melalui tindakan si penutur, ekspresif yang berkaitan dengan tuturan yang mencurahkan tingkah laku yang intelektual penutur kepada mitra tutur. Komisif berkaitan dengan tuturan yang dipergunakan dalam bentuk tuturan dengan peran untuk mengatakan janji atau asumsi, dan deklaratif berkaitan dengan tuturan yang memiliki dampak pada perubahan fakta seperti kenyataan dengan kesesuaian isi tuturan.

Pembahasan yang ketiga dalam penelitian ini adalah tindak tutur perlokusi. Pada tindak tutur perlokusi ini, terdapat satu kategori tuturan yaitu memberikan pengaruh, tuturan ini berkaitan dengan tuturan yang ada akibat atau efek pengaruh setelah penutur melakukan suatu proses komunikasi dengan mitra tutur. Pada penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa tindak tutur memiliki berbagai jenis serta kategori. Perbedaan jenis atau kategori tindak tutur ini adalah dari segi penyebutan, pemaparan, penggunaan, serta dampak yang ditimbulkan oleh tuturan yang dapat mempengaruhi sikap atau respon dari mitra tutur. Adapun contoh hasil penelitian yang dilakukan oleh Kaptiningrum (2020) adalah sebagai berikut.

“Besok bisa diambil para peserta.”

Tuturan ini termasuk tindak tutur lokusi pada kategori berita. Maksud dari Fungsi tuturan ini adalah membagikan informasi terkait sertifikat acara seminar proposal penelitian yang sudah dibuat dan dapat diterima oleh peserta yang mengikuti acara seminar. Adapun penyampaian tuturan tersebut langsung disampaikan oleh Kepala LP3M. Bentuk tuturan ini memuat informasi yang dipersembahkan khusus kepada mitra tutur.

“Monggo ditunggu LP3M. Poin: Pak Zaki Koin: Bu Ana”

Tuturan ini termasuk tindak tutur ilokusi. Tuturan ini berhubungan dengan acara seminar proposal dosen yang telah dilaksanakan. Makna dari tuturan ini adalah mengarah pada dosen yang telah mengikuti kegiatan seminar dan dapat mengambil surat keputusan bantuan penelitian sekaligus sertifikat. Surat keputusan bantuan penelitian dan sertifikat tersebut diterbitkan oleh LP3M. Adapun surat keputusan bantuan penelitian dan sertifikat ini dapat menaikkan poin atau kredit saat pengusulan Penetapan Angka Kredit (PAK). Koin disini adalah bentuk dana penelitian yang dapat diambil pada Bendahara Kampus (Bu Ana). Tuturan asertif tersebut dikategorikan sebagai bentuk kalimat menyatakan (*stating*).

Dalam melakukan penelitiannya, Kaptiningrum (2020) melakukan pengumpulan data berupa chat *Whatsapp Group* Sivitas Akademika IBN Tegal. Pada penelitian yang dilakukan oleh Pindha Kaptiningrum (2020) ini, hasil analisis mengenai tindak tutur perlokusi tidak dipaparkan contohnya, hanya penjelasan mengenai bagaimana tindak tutur perlokusi itu timbul dari seorang mitra tutur. Penelitian yang dilakukan oleh Pindha Kaptiningrum (2020) ini, dapat

disimpulkan bahwa tindak tutur memiliki berbagai jenis serta kategori. Jenis dan kategori tindak tutur ini dilihat dari bagaimana cara penuturan yang hendak dilakukan oleh seorang penutur serta bagaimana mitra tutur menanggapi atau merespon tuturan tersebut.

Astri (2020), Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Prima Indonesia Medan dengan judul hasil penelitian “Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi Dalam Cuitan Atau Meme Di Media Sosial Instagram”. Fokus penelitian yang dilakukan oleh Astrri (2020) pada penelitiannya adalah meneliti tentang cuitan meme di media sosial instagram. Dalam penelitiannya, penulis mengungkapkan bahwa Pengelompokkan tindak tutur berdasarkan sifatnya dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu tindak lokusi berupa tindak tutur yang bermakna secara umum, kedua ilokusi yaitu tindak tutur yang disertai dengan maksud, dan yang ketiga perlokusi yaitu tindak tutur yang membuat lawan tutur bertindak pada cuitan atau meme yang ada di media sosial. Meme dianggap sebagai kumpulan kata-kata maupun kalimat yang penyusunannya tidak sesuai dengan kaidah kebahasaan, tapi dalam penelitian ini diungkapkan bahwa kata-kata serta kalimat tersebut memiliki maksud dan makna.

Selain itu penulis juga mengungkapkan bahwa meme yang dibuat seseorang tidak hanya berupa kata-kata sindiran, tapi ada juga meme yang dibuat untuk membujuk seseorang melakukan tindakan yang benar apabila seseorang mengerti makna dibalik kata-kata meme tersebut. Hal ini sangat sesuai dengan tindak tutur, baik itu lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Adapun contoh hasil penelitian yang dilakukan oleh Astri (2020) adalah sebagai berikut.

“Hampir semua cewek cenderung tidak suka dimarahi, apalagi dibentak atau dikasarin. Jadi ketika dia melakukan kesalahan. Ingatkan secara baik-baik. Hindari nada tinggi yang berlebihan”.

Tuturan meme yang pertama ini merupakan sebuah bentuk tindak tutur lokusi yang menyatakan bahwa wanita merupakan pribadi yang tidak suka dimarahi. kesimpulannya jika wanita melakukan sebuah kesalahan, cukup diingatkan dengan sopan tanpa adanya penggunaan tuturan yang kasar. pada meme ini juga terdapat tindak tutur ilokusi yang bermakna pemberitahuan bahwa para pria disarankan untuk tidak bernada tinggi saat berbicara dengan wanita untuk menghindari kesalahan pemahaman ataupun rasa sakit hati.

Meme yang bertuliskan tentang percakapan antara teman sekelas *“gw semalam Cuma belajar 3 jam”, “lah gw Cuma 1 jam”, “lah gw tadi Cuma dapat 30 menit”, “loh kalian belajar?”*

Tuturan meme yang kedua ini merupakan tindak tutur lokusi yang menjelaskan sesuatu dengan makna “berkata” atau dalam bentuk kalimat dengan makna serta dapat dipahami dan makna meme ini adalah menjelaskan tentang seorang anak laki-laki yang tidak pernah belajar dengan semestinya, tetapi berkebalikan dengan teman-temannya yang sudah belajar cukup lama.

Dalam melakukan penelitiannya Astri (2020) melakukan pengumpulan data berupa meme di instagram kemudian menganalisis meme tersebut berdasarkan jenis tindak tuturnya serta menentukan makna dari meme tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Astri (2020) ini, dapat disimpulkan bahwa meme merupakan suatu jenis tindak tutur berupa kata-kata atau kalimat yang penyusunannya tidak sesuai

dengan kaidah kebahasaan tapi terkandung makna berupa pesan di balik kata atau kalimat meme tersebut.

Ritonga (2021), Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Islam Riau dengan judul hasil penelitian “Tindak Tutur Ilokusi Dalam Bahasa Iklan Di Stasiun Televisi Nasional TRANSTV”. Penelitian yang dilakukan oleh Ritonga (2021) memaparkan satu masalah dalam penelitiannya. Masalah tersebut adalah bagaimana bentuk tindak tutur ilokusi dalam iklan stasiun televisi nasional.

Berdasarkan hasil analisis data yang penulis lakukan, tindak tutur ilokusi yang ditemukan pada iklan di televisi nasional (TRANSTV) berjumlah 61 bentuk tuturan, dengan jenis tuturan ilokusi yang ditemukan adalah asertif, direktif, komisif, dan ekspresif. Adapun salah satu contoh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) adalah sebagai berikut.

“Haus tubuh jadi panas, kegiatan panas makanan panas, minum air sejuk adam sari nyingko, cepat ademnya.”

Bentuk tuturan yang digarisbawahi pada iklan ini dapat dikategorikan sebagai tindak tutur ilokusi bentuk asertif. Penulis menyimpulkan alasan tuturan ini dikategorikan sebagai bentuk tuturan ilokusi asertif karena tuturan ini melibatkan penutur pada kebenaran tuturan diekspresikan yaitu memberitahukan. Jadi tuturan ini bermakna bahwa produk adam sari dapat meringankan atau menghilangkan panas dalam pada tubuh.

Dalam melakukan penelitiannya Ritonga (2021) melakukan pengumpulan data berupa iklan produk makanan dan minuman di televisi tepatnya di channel tv

TRANSTV, kemudian menganalisis iklan tersebut berdasarkan jenis tindak tutur ilokusinya serta menentukan makna dari tuturan iklan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Ritonga (2021) ini, dapat disimpulkan bahwa bentuk tindak tutur ilokusi yang ditemukan dalam iklan produk makan dan minuman pada televisi (*channel TRANTV*) berjumlah 61 tuturan dengan bentuk asertif berjumlah 48, direktif berjumlah 4 tuturan, komisif berjumlah 5 tuturan, dan ekspresif berjumlah 4 tuturan.

Penelitian ini hampir sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang juga meneliti tentang jenis tindak tutur yaitu lokusi, ilokusi dan perlokusi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya adalah dari segi judul penelitian dan fokus penelitian. Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Muchtar (2016) berfokus pada tindak tutur dalam acara *talkshow* Mario Teguh, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) berfokus pada tindak tutur dalam produk iklan kecantikan wardah di media sosial, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Kaptiningrum (2020) berfokus pada tindak tutur percakapan di aplikasi *Whatsapp Group* Sivitas Akademika IBN Tegal dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Astri (2020), berfokus pada tindak tutur yaitu meme dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Kelima oleh Ritonga (2021), berfokus pada iklan produk makanan dan minuman di channel tv *TRANSTV* dengan metode deskriptif kualitatif.

Penelitian ini akan berfokus pada iklan-iklan produk di televisi. Dalam melakukan penelitiannya, peneliti menggunakan metode yang sama dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian deskriptif kualitatif, yang dimana proses penelitiannya adalah mengumpulkan data berupa iklan-iklan produk yang ada di televisi kemudian melakukan analisis data tersebut dari segi tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Peneliti tidak hanya menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif pada penelitian ini, tapi juga menggunakan satu metode analisis lain yaitu metode analisis isi media kualitatif atau *ethnographic content analysis* karena data penelitian peneliti yang bersumber dari media massa.

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Definisi Ilmu Pragmatik

Pragmatik adalah bagian cabang ilmu bahasa (Linguistik) yang fokus meninjau tentang komposisi makna bahasa secara eksternal, atau dapat dikatakan sebagai ilmu yang menelaah elemen kebahasaan yang diaplikasikan saat melakukan suatu kegiatan atau proses komunikasi. Pragmatik adalah ilmu yang membahas bagaimana elemen-elemen bahasa itu sendiri serta bagaimana bahasa itu diaplikasikan pada saat akan melakukan pertuturan dalam hal melangsungkan komunikasi, Biasanya sering didapati elemen bahasa yang disediakan dalam bentuk yang gramatikal yaitu “maknanya” itu tidak sama apabila digunakan dalam pertuturan (Chaer dalam Wekke, dkk., 2019:50). Pragmatik juga didefinisikan sebagai sebuah ketentuan-ketentuan yang menimbulkan keserasian atau tidaknya penggunaan bahasa pada proses komunikasi, dimensi-dimensi penggunaan bahasa atau konteks luar bahasa yang memberikan sebuah donasi pada kegunaan utama sebuah ujaran (Kridalaksana dalam Wekke, dkk., 2019:36).

Menurut filosof lain, pragmatik merupakan bagian dari linguistik yang membicarakan tentang hal-hal yang termasuk pada bagian bahasa yang merupakan instrumen komunikasi antara pembicara dengan pendengar dan menjadi acuan tanda bahasa pada aspek “ekstralingual” yang dibicarakan (Verhaar dalam Wekke, dkk., 2019:37). Selain itu pragmatik juga didefinisikan sebagai sebuah telaah yang berhubungan dengan faedah tuturan (*Utterance*) dengan faedah terikat pada sebuah konteks dan memandang bahasa itu secara pragmatik, maksudnya adalah pertimbangan sebuah konteks bahasa dari tuturan, yakni dari segi penggunaan bahasa pada peristiwa atau proses komunikasi (Purwo dalam Wekke, dkk., 2019:37).

Seorang filsuf memberikan pendapat bahwa “*Pragmatics studies meaning in relation to speech situation*” (Leech dalam Rohmadi, 2010:02).” Apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, Leech menganggap bahwa pragmatik merupakan sebuah kajian yang menggambarkan bahasa sebagai sebuah sudut pandang yang diaplikasikan pada komunikasi serta bagaimana pragmatik tersebut meneliti makna dalam bentuk konteks, bukan sebagai abstrak dalam komunikasi. Pragmatik dengan tata bahasa adalah dua aspek yang berbeda. Tata bahasa merupakan aspek yang mempelajari struktur internal bahasa, sedangkan ilmu pragmatik adalah sebuah kajian yang lebih fokus mengkaji bahasa secara eksternal atau kondisi dari luar bahasa itu sendiri. Kutipan ini sangat sesuai dengan pendapat seorang ahli pada bukunya yang berjudul “Dasar-dasar pragmatik” yang menggambarkan pragmatik sebagai kajian atau cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana

elemen kebahasaan dipakai dalam suatu kegiatan komunikasi (Wijana dalam Rohmadi, 2010:02).

Pendapat Wijana bukan cuma salah satunya yang mengatakan bahwa ilmu pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari bahasa secara eksternal, seorang filsuf bernama Wardaugh pada kutipannya, yang diterjemahkan ke dalam bahasa indonesia juga menjelaskan bahwa *“Dalam praktiknya, seorang ahli linguistik sangat merasa kesulitan untuk menulis tata bahasa, hal ini disebabkan karena pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang mengenai bahasa yang mereka ucapkan sangat sulit untuk dijelaskan. Hal ini tentu saja sesuatu yang berbeda serta dianggap sebagai sesuatu yang penting daripada penggambaran tata bahasa yang kita lihat di rak perpustakaan, tidak peduli seberapa bagus tata bahasanya, siapapun yang mengenal bahasanya pasti akan tau lebih banyak mengenai bahasa tersebut daripada sejumlah buku yang menggambarkan tata bahasa tersebut..”*(Wardaugh dalam Rohmadi, 2010:10).

Adapun makna dari kutipan Wardaugh ini adalah membahas tentang kekurangan. Definisi kekurangan maksudnya adalah ketidakmampuan para tata bahasawan mengenai struktural untuk mengungkapkan proses serta cara berpikir para pengguna bahasa melalui bahasa yang mereka digunakan. Pemikiran para pengguna bahasa dinilai lebih rumit daripada cara pengungkapan para tata bahasawan dalam karya-karyanya. Penggunaan teori dan mempelajari bahasa secara internal dinilai cukup sulit untuk mengungkapkan isi pemikiran para pengguna bahasa, sehingga ilmu pragmatik muncul untuk menyelesaikan masalah ini. Ilmu pragmatik yang merupakan ilmu yang berfokus mempelajari serta

mendalami bahasa secara eksternal sangat berpengaruh untuk mempelajari cara berfikir pengguna bahasa yang ingin dipelajari ataupun diteliti. Penelitian bahasa secara internal yang berfokus pada teori penggunaan bahasa dan diikuti oleh penelitian bahasa secara eksternal yang berfokus pada faktor sosial, seni, maupun faktor psikologi penggunaan bahasa membuat para ahli maupun filsuf dapat mengetahui makna, cara penggunaan, serta cara berpikir para pengguna bahasa yang ingin atau sedang dipelajari.

Ilmu pragmatik dianggap memiliki hubungan dengan aspek-aspek berupa keterangan berupa informasi (dalam konsep yang lebih luas). Penyampaian ilmu pragmatik ini, harus dijelaskan melalui bahasa yang tidak ditandai oleh patokan yang disetujui secara umum dalam elemen-elemen linguistik yang dilaksanakan atau digunakan. Selain itu ilmu pragmatik muncul secara alamiah dan tergantung pada makna serta maksud yang hendak ditandai secara lazim yang berhubungan dengan konteks tempat pemakaian gambar atau rupa dari bahasa tersebut saat akan digunakan (Cruse dalam Cummings, 2007:16). Penyampaian pragmatik ini didasarkan pada pertimbangan yang bersifat multidisipliner, maksudnya ilmu pragmatik merupakan penggabungan beberapa disiplin ilmu atau gabungan ilmu yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah-masalah berkaitan dengan konteks bahasa.

Berdasarkan definisi yang digambarkan oleh para pakar dan filsuf tersebut, dapat disimpulkan bahwa ilmu pragmatik merupakan bagian dari linguistik yang berpusat untuk menelaah bentuk maupun struktur bahasa secara eksternal dengan penentuan konteks serta situasi yang menjadi motif pelaksanaan bahasa tersebut.

Lebih sederhananya ilmu pragmatik didefinisikan sebagai ilmu tentang penggunaan lambang-lambang bahasa yang memiliki hubungan dengan konteks bahasa.

Berbicara tentang pragmatik, pasti tidak akan terlepas dari filsuf yang bernama Charles Morris, yang merupakan penemu dan sekaligus orang pertama yang memperkenalkan ilmu pragmatik. Beliau memperkenalkan ilmu pragmatik sebagai ilmu yang berhubungan dengan tanda-tanda, tanda disini didefinisikan sebagai bahasa yang dapat diartikan dari beragam sudut pandang dan sudut pandang seorang pengguna bahasa sangat menetapkan ketelitian makna yang dituju oleh seorang penutur (Morris dalam Rohmadi, 2010:04). Ilmu pragmatik ini mulai tumbuh dan berkembang di Eropa pada tahun 1940-an dan semakin berkembang di Amerika sejak tahun 1970-an. Adapun perkembangan ilmu pragmatik di Indonesia dimulai pada tahun 1984 yang dimana pada masa itu pragmatik dijadikan sebagai studi bahasa Indonesia bahkan sampai saat ini. Para ahli dan filsuf di Indonesia pada saat itu seperti Tarigan, Nababan, Suyono, Lubis dan lain sebagainya dibuat terkesan oleh ilmu pragmatik ini. Penelitian yang dilakukan oleh para filsuf mengenai bahasa menggunakan teori pragmatik ini, menciptakan terobosan-terobosan baru yang berkaitan dengan kebahasaan. Terobosan baru tersebut seperti penemuan istilah konteks. Istilah konteks ini merupakan sebuah komponen yang berhubungan dengan kondisi dalam atau luar bahasa serta sebuah tuturan seperti penutur, mitra tutur, waktu maupun kondisi. Istilah konteks bukan salah satunya yang ditemukan dari analisis menggunakan ilmu pragmatik, tapi di dalam ilmu pragmatik juga terdapat suatu istilah atau teori

lain yang berhubungan dengan penggunaan bahasa berupa pengujaran atau penyebutan kata serta kalimat untuk memberitahukan sebuah tujuan dari penutur sehingga dapat diketahui oleh mitra tutur. Istilah atau kajian ini dinamakan sebagai Tindak tutur.

2.2.2 Tindak Tutur

2.2.2.1 Hakikat tindak tutur

Tindak tutur merupakan bagian dari ilmu atau kajian pragmatik. Tindak tutur (*Speech acts*) adalah kajian dari bagian pragmatik yang menyertakan pembicara (penutur) dengan pendengar (mitra tutur), penulis ataupun pembaca serta bagaimana hubungannya dengan konteks pembicaraan yang sedang berlangsung atau dilakukan. Tindak tutur yaitu wujud dari penyampaian tuturan dari seseorang yang bersifat intelektual yang dilihat dari segi makna aktivitas berupa tindakan tuturan dan rangkaian dari tindak tutur tersebut akan membangun sebuah peristiwa tutur (Wekke, dkk., 2019:52). Menurut pandangan lain, tindak tutur (*Speech act*) merupakan suatu aspek yang didasarkan pada aspek yang kognitif dengan gejala individual dengan proses yang sangat ditetapkan oleh *skill* pemakaian bahasa dari seorang pembicara dalam menghadapi kejadian tertentu (Chaer dalam Rohmadii, 2010:32).

Menurut pandangan seorang filsuf, mendefinisikan tindak tutur secara lebih spesifik yang dimana tindak tutur merupakan fenomena personal yang bersifat tentang kejiwaan dan ditetapkan oleh keahlian bahasa serta cara bicara seorang penutur dalam menghadapi kejadian tertentu (Wijana dalam Muchtar, 2016:12). Sedangkan menurut seorang ahli atau filsuf yang pertama kali memperkenalkan ilmu tindak tutur mendefinisikan tindak tutur sebagai tindak, yaitu kata dasar dari

tindakan atau kegiatan. Maksudnya adalah sebuah tuturan pada dasarnya adalah kegiatan bertindak seperti meneliti, mengajar, mengemudi, melukis atau menggambar, maupun berbelanja. Selain itu tindak tutur tidak hanya berpacu pada kegiatan yang berfokus pada gerakan atau aktifitas, tapi tindak tutur juga berkaitan dengan kegiatan tidak bergerak seperti diam maupun tidak mengatakan sesuatu, Jadi tindak tutur merupakan kajian yang mengisyaratkan satu dari beberapa variasi atau jenis tingkah laku manusia dalam melakukan hubungan antar sesama atau nama lainnya adalah interaksi sosial (Austin dalam Suhartono, 2020:37). Dari dugaan atau pendapat para pakar tersebut dapat disimpulkan bahwa tindak tutur adalah suatu objek tindakan dalam berkomunikasi yang digunakan oleh manusia dalam melakukan suatu interaksi dengan tujuan untuk menyatakan sesuatu dan melihat bagaimana reaksi tuturan setelah dituturkan sebelum melakukan sesuatu dengan manusia yang dijadikan sebagai pendengar.

Pada kalimat tindak tutur, terdapat kata tindak. Tindak disini bermakna melakukan sesuatu atau tindakan. Tindakan merupakan ciri dari sebuah tuturan dalam berkomunikasi. Seseorang yang melakukan suatu tuturan atau wacana, pasti akan melakukan sebuah aksi atau disebut dengan performansi tindakan. Maksudnya adalah sebagian orang dalam berkomunikasi pasti memiliki ciri khas tersendiri dalam berkomunikasi, misalnya dari gerakan tangan, mata maupun gerakan lainnya. Hal ini dilakukan untuk memberi kesan bahwa pembicaraan atau tuturan mereka terasa lebih hidup dan tidak membosankan. Penambahan gerakan ini dapat membantu penutur dalam menuturkan tuturan dengan lebih jelas, seperti penekanan kata yang dianggap penting di dalam tuturannya. Selain itu, seseorang

yang melakukan suatu tuturan pasti memiliki maksud atau tujuan tertentu ketika mereka selesai memberikan tuturan kepada mitra tutur. Hal ini lah yang disebut sebagai tuturan performansi. Bentuk tuturan yang berbentuk kinerja tindakan ini dinamakan sebagai tuturan performatif, yaitu jenis atau bentuk tuturan yang direncanakan untuk melaksanakan sebuah tindakan.

Berdasarkan deskripsi sebelumnya dapat disimpulkan bahwa tindak tutur adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pembicara (penutur) dalam menggunakan bahasa kepada lawan bicara (mitra tutur) dengan tujuan untuk memberitahukan sesuatu atau melakukan suatu tindakan. Tindak tutur yang merupakan sebuah isyarat yang bersifat intelektual, individu, serta ditetapkan oleh kemampuan serta kebolehan berbahasa seorang penutur saat menghadapi keadaan-keadaan tertentu. Pada kajian tindak tutur ada yang dinamakan sebagai peristiwa tutur. Peristiwa tutur ini yaitu sebuah gejala yang timbul karena adanya pertemuan penutur dengan mitra tutur dalam rangka menyampaikan pesan atau melakukan proses komunikasi. Dalam pandangan Austin sebagai seorang filsuf, memperkenalkan kajian tindak tutur dalam tiga jenis atau kategori yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi (Austin dalam Suhartono, 2020:37). Selain Austin, Searle dalam bukunya yang berjudul "*Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*" mengemukakan bahwa secara pragmatis setidaknya-tidaknya ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur yaitu tindak tutur lokusi (*locutionary act*), tindak tutur ilokusi (*ilokutionary act*), dan tindak tutur perlokusi (*perlokutionary act*) (Searle dalam Rohmadi, 2010)

2.2.2.2 Pengelompokan tindak tutur

Tindak tutur dikelompokkan menjadi tiga kategori atau jenis tindakan (Austin dalam Wekke, 2019:52). Tindakan-tindakan tersebut yang pertama adalah tindakan menginformasikan sesuatu, tindakan ini dinamakan sebagai tindak tutur lokusi. Tindakan yang kedua adalah tindakan menghendaki atau memaksudkan mitra tuturnya untuk melakukan sesuatu, tindakan ini dinamakan sebagai tindakan ilokusi. Tindakan yang ketiga adalah tindakan pemberian pengaruh atau melihat pengaruh tuturan, berupa reaksi atau efek dari hasil tuturan yang diterima oleh mitra tutur, tindakan ini dinamakan sebagai tindakan perlokusi. Ketiga tindakan ini merupakan ragam atau variasi dari tindak tutur, dengan kata lain pengkategorian tuturan berdasarkan tindakan yang dilakukan oleh pembicara (penutur) terhadap pendengar (mitra tutur).

1) Tindak tutur lokusi

Tindak tutur lokusi merupakan jenis tindak tutur yang berkaitan dengan tindakan untuk menginformasikan atau mengatakan sesuatu kepada mitra tutur. Latar belakang dari tindak tutur lokusi ini adalah memperhatikan suatu kalimat berupa ujaran sebagai suatu motif hipotesis atau pernyataan. Tindak tutur ini akan timbul saat seseorang yaitu penutur melakukan sebuah tuturan atau pernyataan kepada mitra tutur. Jenis tindak tutur lokusi ini merupakan bentuk yang paling mudah dari tindak tutur dalam hal pengidentifikasian, alasannya adalah pada pengaplikasian tindak tutur lokusi tidak memerlukan penyertaan konteks tuturan dalam situasi tutur saat seseorang akan melakukan pengidentifikasian terhadap tindak tutur ini.

Berkaitan dengan tindak tutur lokusi, ada berbagai macam tanggapan mengenai definisi tindak tutur lokusi menurut para ahli. Tindak tutur lokusi merupakan tindak tutur yang menyatakan sesuatu yang semestinya atau “*the act of saying something*” tindakan untuk mengatakan sesuatu (Wekke, dkk., 2019:53). Pendapat lain mengatakan bahwa tindak lokusi merupakan tindak penutur dalam mengekspresikan tuturan. Produk tindak lokusi adalah performansi tuturan “*an sich*”, dalam arti tidak disertai dengan “*nosi*” maksud dan daya (Suhartono, 2020:37). Tindak tutur lokusi juga dapat didefinisikan sebagai tindak dasar suatu tuturan karena produknya yang berupa performansi tuturan menjadi pembawaan dari analisis maksud penutur (Yule dalam Suhartono, 2020:38). Seorang ahli dalam bukunya mendefinisikan tindak tutur lokusi secara sederhana, yang dimana tindak tutur ilokusi adalah jenis tindak tutur yang diaplikasikan untuk memberitahukan serta menyatakan sesuatu (Rohmadi, 2010:33).

Tindak tutur lokusi juga memiliki ciri dapat mengimplikasikan bahasa di tangan subjek penyaji wacana dengan kata lain tuturan yang bersifat lentur, terutama jika berhubungan dengan kepentingan sasaran (segmentasi) pembacanya (Wibowo, 2015:22). Maksud dari kutipan ini, dimana tindak tutur yang dilambangkan sebagai bahasa, dapat menyesuaikan diri ketika digunakan, tapi perlu digarisbawahi bahwa bahasa yang digunakan tersebut harus sesuai dengan konteks pembicaraan yang dilakukan dengan pendengar.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa tindak tutur lokusi adalah jenis tindak tutur yang berfungsi untuk menyatakan atau menginformasikan sesuatu atau jenis tindak tutur yang digunakan untuk mengucapkan sesuatu dengan makna kata dan kalimat sesuai dengan makna kata itu sendiri yang ditujukan kepada mitra tutur.

Tindak tutur lokusi dikaitkan sebagai tindak tutur yang dimana penutur melakukan tuturan dalam bentuk yang fasih dan tepat. Titik fokus dalam tindak tutur lokusi ini adalah ujaran serta isi yang diutarakan oleh penutur. Berkaitan dengan tindak tutur lokusi, tindak tutur ini mengandung makna ungkapan berupa pertanyaan penutur kepada mitra tutur. Jadi dalam tindak tutur lokusi ini, seorang pembicara atau penutur memberitahukan sesuatu dengan pasti. Penerapan gaya bahasa seorang penutur langsung dihubungkan dengan aspek atau perihal yang dititikberatkan dalam isi tuturannya. Dengan demikian, aspek yang dititikberatkan dalam tindak tutur lokusi ini adalah isi tuturan yang dicurahkan langsung oleh seorang penutur tanpa menambahkan maksud atau makna lain didalam tuturannya.

Contoh pada kalimat (1) *Fikri dan Rati sedang belajar menggambar*, atau pada kalimat (2) *Mia bermain biola*. Kedua kalimat ini diutarakan atau diberitahukan oleh seorang penutur sebagai tuturan untuk memberitahukan sesuatu tanpa adanya keinginan untuk melaksanakan sebuah tindakan, apalagi untuk menghasut mitra tutur. Umumnya pada tindak tutur lokusi, penutur biasanya menggunakan kalimat deklaratif yang merupakan bentuk kalimat pemberitahuan atau menyatakan sesuatu. Kalimat imperatif ini

berkaitan dengan pengungkapan seperti ajakan. Selain berbentuk kalimat imperatif, tindak tutur lokusi juga bisa berbentuk kalimat interogatif. Kalimat interogatif ini berkaitan dengan pengungkapan suatu hal berupa pernyataan kepada mitra tutur. Bentuk tindak tutur lokusi juga bisa berbentuk kalimat ekslamatif yang berkaitan dengan rasa kagum akan suatu hal dan dituangkan dalam sebuah tuturan. Penggunaan kalimat-kalimat ini disesuaikan oleh penutur sebelum melakukan tindakan tuturan kepada atau dengan mitra tutur.

2) Tindak tutur ilokusi

Tindak tutur ilokusi merupakan jenis tindak tutur yang memuat sebuah makna tersembunyi atau makna sesungguhnya yang diharapkan oleh penutur kepada mitra tutur. Tindak tutur ini juga dapat didefinisikan sebagai tindak tutur yang memuat kapasitas untuk melakukan suatu tindakan khusus dan berkaitan dengan mengujarkan sesuatu. Apabila seseorang mengutarakan sebuah tuturan, kondisi ini termasuk sebagai sebuah tindakan, yakni proses penyampaian tujuan, maksud atau keinginan yang dituangkan dalam bentuk tuturan.

Berkaitan dengan definisi tindak tutur ilokusi, para ahli mendefinisikannya dengan berbagai tanggapan yang beragam. Tindak tutur ilokusi adalah tindakan oleh penutur dalam tindakan penyampaian maksud melalui sebuah tuturan (Suhartono, 2020:38). Tindak tutur ilokusi dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan yang ditampilkan melalui penyampaian pesan secara komunikatif dalam bentuk tuturan, yang dimana pesan secara komunikatif inilah yang disebut sebagai ilokusi (Yule dalam Suhartono,

2020:38). Pendapat lain menyatakan tindak tutur ilokusi sebagai hal yang dilakukan atau dilaksanakan oleh penutur dalam tuturannya (Allan dalam Suhartono, 2020:38). Sedangkan menurut seorang ahli pada bukunya menjelaskan bahwa tindak tutur ilokusi adalah jenis tindak tutur yang tidak hanya memiliki fungsi untuk mengutarakan atau memberitahukan sesuatu, tapi juga dapat digunakan untuk melaksanakan sesuatu (Rohmadi, 2010:33).

Kondisi penutur dalam melakukan tindak tutur, tidak hanya melakukan tuturan saja, sebenarnya diiringi juga dengan melakukan tindakan. Tindakan ini dilakukan untuk memperjelas penyampaian tujuan, keinginan ataupun maksud yang diutarakan dalam sebuah tuturan. Definisi lain dari tindak tutur ilokusi adalah sebagai bentuk tuturan dengan fungsi sebagai aspek untuk mengatakan sesuatu serta dapat digunakan untuk melakukan suatu tindakan dengan maksud serta fungsi tertentu.

Adapun contoh kalimat tindak tutur ilokusi misalnya pada kalimat (1) *Nur sudah melakukan seminar skripsi kemarin*, pernyataan ini jika diutarakan kepada mahasiswa lain terutama semester tujuh atau delapan bermakna bukan hanya memberikan informasi tentang Nur yang sudah melakukan seminar skripsi kemarin, tapi secara tidak langsung juga memberi informasi berupa sebuah dorongan kepada mahasiswa yang seangkatan dengan Nur untuk segera menyelesaikan skripsinya. Adapun contoh yang lain seperti (2) *Nanda sedang sakit kepala*, misalnya disuatu kondisi apabila ada seseorang atau teman yang sedang memainkan musik dengan volume keras atau membuat kebisingan di sekitar Nanda, maka

fungsi tuturan ini ketika dituturkan tidak hanya untuk memberitahukan Nanda sedang sakit kepala, tapi juga memberitahukan kepada seseorang yang memainkan musik tersebut untuk mengecilkan volume alat musiknya atau mematikan musik tersebut dan juga memberitahukan kepada yang lain untuk berhenti membuat keributan.

Konsep tindak tutur ilokusi dapat digambarkan sebagai upaya seorang penutur yang berperan sebagai subjek penyampaian sebuah wacana dalam dalam pengungkapan sesuatu yang melalui titik kunci ilokusi yang dilandaskan pada motivasi bermoral dengan upaya memperlihatkan kesetaraan antara bahasa dan tindakan yang dilaksanakan oleh penutur tersebut. Selain itu tindak tutur ilokusi juga merupakan sebuah cara dari penutur dalam melakukan penonjolan atau penekanan bagian tertentu dari fakta atau peristiwa yang dilakukan oleh seorang penutur (subjek) melalui daya berbahasa yang khas (Wibowo, 2015:47)

Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi dari tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur dari seorang penutur yang memiliki fungsi sebagai penyampaian sesuatu dengan tujuan untuk melakukan tindakan yang ingin dicapai atau diinginkan oleh seorang penutur pada saat melakukan sebuah tuturan kepada mitra tutur. Tindak tutur ilokusi ini adalah elemen yang penting dalam pemahaman tindak tutur. Alasan kenapa tindak tutur ini disebut sebagai elemen yang penting dalam pemahaman bentuk tindak tutur, karena berisi tindakan penutur dalam menginformasikan sesuatu, memberikan sesuatu, atau melakukan sesuatu,

dan hal ini sangat sangat mempengaruhi sudut pandang dari mitra tutur, baik dari segi reaksi atau langkah selanjutnya yang akan diambil oleh mitra tutur ketika mendapatkan sebuah tuturan.

3) Tindak tutur perlokusi

Tindak tutur perlokusi adalah jenis tindak tutur yang memicu efek atau pengaruh kepada mitra tutur. Pada tindak tutur perlokusi terdapat komponen yang memuat aspek untuk melaksanakan suatu tindakan dengan membahasakan sesuatu. Pada tindak tutur perlokusi hasil merupakan hal yang penting, karena tindak tutur ini dapat dikatakan berhasil jika mitra tutur melakukan sesuatu yang sangat diharapkan dengan tuturan yang telah diutarakan oleh penutur. Adapun tindakan-tindakan tersebut ditata oleh ketentuan penggunaan bahasa dalam keadaan atau kondisi tuturan antara kedua belah pihak. Sedangkan menurut pendapat para ahli, tindak tutur perlokusi memiliki berbagai macam definisi. Tindak tutur perlokusi yaitu tindakan penutur saat menyampaikan tuturan yang memiliki aspek yang bertujuan untuk memperjelas, memengaruhi, dan sebagainya (Suhartono, 2020:38). Sedangkan menurut pendapat lain tindak tutur perlokusi adalah tindak tutur yang memiliki akibat maupun pengaruh terhadap mitra tutur atau insa yang meperhatikan serta menyimak tuturan tersebut, jadi tindak tutur perlokusi biasanya disebut sebagai sebuah tindakan yang menimbulkan dampak kepada orang lain "*The act of affective someone*" (Wekke, dkk., 2019:53).

Dalam sebuah konsep, tindak tutur perlokusi diilustrasikan sebagai daftar-daftar verba perlokusi berupa ekspresi-ekspresi yang mendorong

mitra tutur melakukan tindakan seperti membesarkan hati, meyakinkan, menganjurkan, mengilhami, mempengaruhi, membohongi, mencamkan, ataupun membuat pendengar (mitra tutur) memikirkan hal mengenai si penutur. Tindak tutur perlokusi dapat dijelaskan sebagai bentuk ujaran yang diutarakan oleh seorang penutur dan mempunyai pengaruh serta akibat bagi lawan bicaranya (mitra tutur). Bisa dikatakan bahwa tindak tutur perlokusi merupakan hasil atau pengaruh yang timbul karena suatu ungkapan pada mitra tutur yang disesuaikan oleh kondisi atau situasi pengucapan sebuah kata dan kalimat.

Tindak tutur perlokusi dapat dikatakan sebagai tindakan yang paling diwaspadai oleh seorang penutur (subjek) penyaji wacana (tuturan) kepada mitra tutur. Tindak tutur perlokusi dapat diterapkan melalui ungkapan bahasa dengan komunikasi yang bersifat berpengaruh, dalam rangka meyakinkan, memperingatkan, merayu, membujuk atau mengarahkan (Wibowo, 2015:76).

Seorang ahli menjelaskan bahwa tindak tutur perlokusi merupakan tindak tutur yang pengutarannya dikehendaki untuk menghasut lawan tuturannya (Rohmadi, 2010:34). Dari penjelasan ini dapat dikatakan bahwa tindak tutur perlokusi memiliki daya efek atau pengaruh yang disengaja atau tidak disengaja yang dikreasikan oleh seorang penutur ketika melakukan sebuah tuturan. Adapun contoh kalimat yang mengandung tindak tutur perlokusi misalnya pada kalimat (1) *Selamat ulang tahun sahabatku*, Pada kalimat ini seorang penutur memberikan tuturan berupa selamat kepada

mitra tutur, dan dari tuturan ini diperkirakan reaksi mitra tutur pun akan senang atau bahagia mendengar tuturan ini. Contoh yang lainnya misalnya (2) *Rumahnya jauh sekali*, tuturan ini dituturkan oleh penutur kepada ketua anggota ataupun anggota disuatu organisasi ketika sedang melakukan suatu pertemuan. Mengenai makna ilokusi pada tuturan ini adalah penutur berencana menyampaikan bahwa orang yang dibincangkan tidak dapat terlalu aktif di dalam organisasi tersebut, karena alasan rumahnya yang jauh. Berdasarkan hal tersebut, mengenai efek yang dinantikan oleh penutur adalah semoga ketua organisasi serta anggota yang lain (mitra tutur) untuk tidak terlalu memberikan tugas yang berat kepada orang yang disinggung tersebut serta memaklumi apabila anggota tersebut tidak begitu aktif dalam organisasi. Reaksi mitra tutur yang timbul atau muncul ini yang dinamakan sebagai tindak tutur perlokusi.

2.2.3 Hakikat Konteks Tuturan, Peristiwa Tutur, dan Implikatur Percakapan

2.2.3.1 Definisi konteks tuturan

Konteks tuturan didefinisikan sebagai dorongan dari penutur yang melakukan tuturan yang dimana dorongan tersebut dapat dipahami juga oleh mitra tutur. Maksud serta tujuan tuturan ini dapat dipandang dari konteks tuturan maka dari itu konteks yang harus dapat dipahami saat proses pemahaman makna tuturan. Seorang filsuf mengungkapkan bahwa istilah konteks mengacu pada penerapan lain yang berhubungan dengan kajian komunikasi fungsional terhadap para subjek yang mengalami penyakit *Alzheimer* ringan dan sedang (From dan Holland dalam Cummings, 2007:364). Maksud dari pendapat ini adalah konteks

didefinisikan sebagai sebuah gambaran yang dimaksudkan untuk menghalangi respons para subjek terhadap pernyataan-pernyataan terbuka dan menuntut penjelasan uraian yang pasti. Sedangkan menurut pendapat lain konteks yaitu sebuah rancangan yang dinamis dan bukan statis yang pemahamannya berkaitan dengan kondisi lingkungan serta rangkaian realitas dunia yang selalu berubah, berhubungan dengan pengertian yang lebih luas dan juga dapat dipahami bersama oleh para partisipan, yang yang memperkenalkan para peserta tersebut dapat melakukan interaksi dalam komunikasi dan ungkapan linguistik yang diaplikasikan dalam hubungan yang dilakukan dan dapat ditafsirkan dengan mudah serta sesuai dengan dorongan kondisi masyarakat tertentu (Jumanto dalam Yuliantoro, 2020:17).

Berkaitan dengan konteks, seseorang akan melakukan komunikasi dengan pendengarnya yaitu mitra tutur, baik menggunakan bahasa pertama yaitu bahasa ibu atau bahasa keduanya yaitu bahasa yang wajib dipelajarinya dan banyak digunakan oleh khalayak banyak. Selama penggunaan kedua bahasa ini, seorang penutur harus mengenal fungsi dari bahasa yang diaplikasikan dalam berkomunikasi dengan mitra tutur, sederhananya menggunakan bahasa yang dapat dipahami oleh kedua pihak. Alasan kenapa hal ini harus dilakukan karena maksud yang ingin atau telah diberitahukan oleh penutur akan dapat disetujui dengan baik oleh mitra tutur, begitu juga sebaliknya mitra tutur harus tahu akan makna serta tujuan yang disampaikan oleh penutur kepada dirinya, dengan kata lain mitra tutur harus menggunakan bahasa yang sama serta menyesuaikan situasi dan keadaan,

agar penutur dapat paham dengan jawaban atau reaksi dari hasil tuturan yang diberikan sebelumnya.

Seorang filsuf mengungkapkan pendapatnya mengenai definisi konteks dalam kutipannya yang berbunyi ciri konteks yang paling utama adalah dinamis, konteks bukanlah suatu kejadian dunia yang mungkin ada, maksudnya konteks merupakan deretan kejadian dunia yang bisa terjadi karena ulah seseorang ataupun situasi-situasi alam tertentu. Konteks biasanya terjadi karena tindakan yang dilakukan seseorang ataupun situasi alam itu sendiri yang berkesan serta bisa menjadi dasar permasalahan yang dibicarakan. Jadi konteks diibaratkan sebagai makna, fokus tujuan, maupun situasi inti yang menjadi pemerjelas dalam sebuah tuturan (Dijk dalam Yuliantoro, 2020:16).

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan definisi dari konteks ini adalah sesuatu yang menjadi instrumen pemerjelas suatu tindakan dengan maksud, jadi apabila dikaitkan dengan tuturan, maka konteks tuturan adalah suatu hal yang dinamis yang dijadikan sebagai sarana pemerjelas suatu tuturan dalam sebuah aktivitas tindak tutur yang dilaksanakan oleh penutur dan mitra tutur. instrumen yang dimaksud disini adalah ungkapan atau mimik wajah yang menjadi penunjang kejelasan dari maksud yang menjadi inti pembicaraan dalam tuturan dan kondisi yang berkaitan dengan kejadian yang menjadi bagian dan tidak kalah penting dalam suatu kegiatan tindak tutur.

2.2.3.2 Definisi peristiwa tutur

Peristiwa tutur adalah suatu situasi atau kondisi yang saling berhubungan, terstruktur, dan mengarah pada tindak tutur yang berfokus pada suatu tujuan. Apabila peristiwa tutur adalah tanda sosial dalam kondisi tertentu yang berpusat

pada tujuan kejadian, tindak tutur lebih condong ke arah gejala individual, bersifat intelektual dan dipengaruhi oleh kecakapan kebahasaan penutur yang titik fokusnya pada makna tuturan yang dilaksanakan (Malabar, 2015:52). Sedangkan menurut pendapat lain mengemukakan bahwa peristiwa tutur adalah berlangsungnya interaksi linguistik yang berupa satu bentuk ujaran atau lebih yang menyertakan dua pihak yaitu penutur dan mitra tutur dengan satu pokok tuturan, tempat, dan waktu tertentu (Chaer dan Agustina dalam Malabar, 2015:52). Dalam berkomunikasi tidak akan adanya tuturan tanpa adanya peristiwa tutur yang mendukung terjadinya proses atau kegiatan komunikasi. peristiwa tutur ini diibaratkan sebagai peristiwa yang sangat berpengaruh baik itu sebelum maupun keberlangsungan suatu tindakan komunikasi (tindak tutur).

Berdasarkan pendapat ahli dan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa peristiwa tutur adalah sebuah kondisi linguistik yang berbentuk suatu ujaran antara dua pihak, yaitu antara penutur dan mitra tutur yang membahas satu permasalahan pokok atau topik utama dalam tuturan pada tempat, waktu maupun situasi tertentu. Dalam peristiwa tutur terdapat delapan unsur yang membangunnya. menurut pendapat seorang filsuf, delapan unsur tersebut adalah *Setting and Scene, Participants, Ends, Act sequence, Keys, Instrumentalities, Norm or interaction and interpretation*, dan *Genre* (Hymes dalam Malabar, 2015:52).

Setting and scene, setting berhubungan dengan tempat dan waktu tutur berlangsung sedangkan *scene* mengarah pada situasi psikologis pembicaraan. Situasi, waktu ,dan tempat tuturan yang berbeda dapat menyebabkan variasi

bahasa yang berbeda pula. Contoh sederhana misalnya penutur melakukan penuturan di area perlombaan sepak bola atau bola voli, disini penutur bisa melakukan tuturan dengan suara yang keras seperti bertetiak ataupun bersorak. Berbeda dengan penutur melakukan tuturan di rumah sakit atau di ruang perpustakaan, pasti penutur akan melakukan tuturan dengan suara yang pelan dengan tujuan untuk tidak mengganggu orang lain.

Participants, berkaitan dengan pihak-pihak yang terlibat dalam sebuah tindakan penuturan. *Participant* ini biasanya terdiri dari pembicara dan pendengar, penyapa dan pesapa, atau pengirim dan penerima pesan. Dalam komponen ini biasanya terdiri dari dua orang yaitu penutur dan mitra tutur. Kedua orang ini bisa berganti peran sesuai dengan tuturan yang dilakukan. Contoh misalnya dua orang yang saling menceritakan makanan kesukaannya. Pada kegiatan ini penutur bisa menjadi mitra tutur apabila tuturan yang dia lakukan sudah sampai tahap yang diinginkan begitu juga sebaliknya. Status sosial *Participants* sangat menentukan ragam bahasa yang digunakan. Seseorang akan menggunakan ragam bahasa yang berbeda tergantung dengan lawan bicaranya.

Ends, berkaitan dengan maksud dan tujuan pertuturan. Dapat dikatakan bahwa komponen ini merupakan bagian untuk menutup sebuah tuturan. Contoh pada ruang pengadilan seorang hakim bertujuan untuk menyelesaikan sebuah kasus melalui saksi dan pengacara. Hakim disini dikatakan sebagai mitra tutur yang mendengar kesaksian atau pembelaan dari saksi dan pengacara yang dijadikan sebagai penutur. Apabila hakim sudah mendapatkan bukti maupun kesalahan dari pelaku pada kasus, maka hakim pun akan memberikan keputusan dari hasil yang

sudah ditetapkan dalam bentuk tuturan. Hal ini lah yang dinamakan sebagai menutup sebuah tuturan.

Act sequence, berkaitan dengan bentuk ujaran dan isi ujaran. Bentuk ujaran dan isi ujaran ini maksudnya adalah bagaimana penyesuaian kata-kata yang digunakan serta bagaimana hubungan antara apa yang dikatakan dengan topik pembicaraan. Contoh Bentuk ujaran pada saat acara seminar nasional pasti akan berbeda dengan bentuk ujaran saat kita berbicara dalam percakapan biasa.

Keys, komponen ini berkaitan dengan nada, cara, maupun semangat, dimana suatu informasi disampaikan dengan singkat, sombong, senang hati, maupun dengan mempermainkan. komponen ini diperlihatkan melalui isyarat serta gerak tubuh dari penutur maupun mitra tutur.

Instrumentalities, berkaitan dengan lintasan bahasa yang digunakan seperti lisan, tertulis, atau melalui media elektronik seperti telepon. Komponen ini juga mengacu pada tanda ujaran yang digunakan seperti bahasa, variasi dialek, atau register.

Norm or interaction and interpretation, berkaitan dengan aturan dan norma dalam melakukan kegiatan interaksi. Misalnya melakukan hubungan dengan cara bertanya yang mengacu pada aturan penafsiran terhadap ujaran dari lawan bicara.

Genre, berkaitan dengan jenis atau bentuk penyampaian seperti narasi, pepatah, doa, prosa, puisi, dongeng, legenda, doa, iklan dan sebagainya.

Berdasarkan penafsiran tentang komponen peristiwa tutur ini, dapat dikatakan bahwa tindakan dalam melakukan sebuah tuturan memiliki pola yang

kompleks dan pola tersebut dialami di setiap kegiatan maupun perilaku seseorang yang dilakukan setiap harinya.

2.2.3.3 Implikatur percakapan

Makna atau maksud tuturan merupakan aspek paling penting dalam suatu kegiatan berkomunikasi. Dalam melakukan suatu kegiatan komunikasi, seorang penutur harus memikirkan apa yang akan menjadi topik sebelum melakukan ujaran kepada mitra tutur. Tuturan yang dilakukan oleh seorang penutur biasanya terkandung maksud atau inti pembicaraan di dalamnya. Biasanya cukup sulit bagi seorang penutur untuk memberitahukan maksud atau keinginan yang sebenarnya kepada mitra tutur, jadi penggunaan implikatur percakapan menjadi solusi tepat saat menghadapi kondisi seperti ini. Berkaitan dengan Implikatur Percakapan, aspek ini merupakan maksud yang terkandung dalam sebuah ujaran dengan kata lain makna tersirat pada sebuah konteks tuturan, tetapi tidak dinyatakan secara langsung oleh penutur. Sedangkan menurut seorang ahli implikatur percakapan dibarakan sebagai *“An implicature is a proposition that is implied by the utterance of a sentence in a context even though that proposition is not a part of nor an entailment of what was actually said”* (Gasdar dalam Yuliantoro, 2020:36). Maksud dari kutipan ini adalah implikatur percakapan berhubungan dengan proposisi yang tercantum melalui ungkapan kalimat dalam sebuah konteks, walaupun begitu proposisi tersebut bukan komponen dari *entailment* tentang apa yang benar-benar dikatakan.

Implikatur percakapan sangat berhubungan erat dengan penafsiran. Penafsiran disini maksudnya adalah melakukan tindakan praduga atau suatu perkiraan. Seorang ahli juga mengemukakan tentang implikatur percakapan dalam

sebuah kutipan yang berbunyi “*Interpreting an utterance is ultimately a matter of guesswork, or (to use a more dignified term) hypothesis formation*” (Leech dalam Yuliantoro, 2020:37). Adapun makna dari kutipan ini adalah penafsiran dalam implikatur percakapan merupakan penafsiran tuturan yang sebenarnya dan merupakan usaha memperkirakan penggunaan bahasa yang santun dengan kata lain membentuk suatu hipotesis tuturan. Berdasarkan penjelasan atau uraian tersebut dapat disimpulkan implikatur percakapan adalah sebuah maksud atau makna tuturan yang tidak disampaikan secara langsung oleh penutur kepada mitra tutur.

2.2.4 Sekilas Tentang Wacana

Kata wacana berasal dari kosa kata Sanskerta yaitu *wacana* yang apabila diartikan ke bahasa Indonesia yang berarti “bacaan”. Kata wacana ini lalu masuk ke dalam bahasa Jawa Kuno dan dimodifikasi ke bahasa Jawa Baru kemudian menjadi kata wacana yang berarti ucapan, kata atau bicara (Baryadi dalam Wekke dkk., 2019:02). Kata wacana pada bahasa Jawa Baru tersebut diserap kembali ke dalam bahasa Indonesia, sehingga menjadi kata wacana yang didefinisi sebagai bentuk tuturan, percakapan, perkataan ataupun studi perkuliahan (Poerwadarminta dalam Wekke, dkk., 2019:02).

Menurut pendapat lain wacana adalah aspek bahasa terutuh, tertinggi, juga terlengkap dari kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi tinggi yang berhubungan serta memiliki awal dan akhir jelas diberitahukan secara lisan maupun tertulis. (Tarigan dalam Wekke, dkk., 2019:03). Berdasarkan pendapat ini, dapat dinyatakan bahwa untuk membahas sebuah wacana dibutuhkan keahlian tentang kalimat. Seorang peneliti yang ingin meneliti wacana maka peneliti

tersebut wajib mempelajari dan paham tentang ilmu kalimat. Wacana memiliki banyak definisi, definisi ini dibuat oleh para ahli sesuai pandangan mereka masing-masing. Namun dari sekian banyak devinisi dari wacana, pada dasarnya memusatkan bahwa wacana adalah dasar bahasa terlengkap dan merupakan satuan gramatikal tertinggi (Kridalaksana dalam Wekke, dkk., 2019:03).

Wacana memiliki pengertian berupa aspek kebahasaan terbesar dari pada kalimat dan klausa dan memiliki ikatan antara aspek kebahasaan yang satu dengan yang lain. Analisis wacana mencakup rentangan aktivitas-aktivitas yang sangat luas. Jika analisis ini dibatasi pada sebab-sebab permasalahan linguistik, oleh karena itu analisis wacana menekankan pada setiap kegiatan prosesnya (lisan atau tertulis) dimana bahasa tersebut digunakan dalam kondisi atau konteks dalam menyatakan sebuah keinginan ataupun tujuan.

Secara umum, ada komponen yang sangat besar dalam pembentukan wacana yaitu dengan pemfokusan mengenai hal yang dapat membuat konteks terarah dengan baik. Dalam sudut pandang sistematis ini, berfokus pada pokok pikiran seperti hubungan spesifik antar kalimat yang terdapat pada teks yang menciptakan sebuah kohesi maupun komponen harfiah beraturan yang bersifat menceritakan, misalnya seperti perbedaan pendapat dalam hal bertanya dengan corak-corak tes lainnya. Berkaitan dengan wacana, salah satu bentuk wacana adalah wacana iklan. Wacana iklan ini merupakan salah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk menarik minat pembeli untuk membeli barang yang diiklankan.

2.2.5 Sekilas Tentang Iklan

Kata iklan (*Advertising*) berawal dari bahasa Yunani yang bermakna maksud berupa pesan ataupun berita yang bertujuan untuk membujuk khalayak ramai supaya berminat pada barang dan jasa yang dipromosikan oleh seseorang. Iklan juga dikatakan sebagai bentuk aktivitas memberitahukan ide, barang atau jasa secara perseorangan dengan tujuan untuk memperkenalkan barang atau jasa yang ingin ditawarkan dalam media atau penyampaian yang menarik. Periklanan juga dapat dikatakan sebagai bentuk kegiatan komunikasi perseorangan yang disampaikan melalui sebuah media dengan adanya sistem membayar yang pengaplikasiannya berupa pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial ataupun pribadi yang bersangkutan (Dunn & Barban dalam Nirmala, 2018:04). Iklan digambarkan sebagai pemakaian media bayaran oleh seorang penjual untuk pemberian komunikasi dalam hal informasi persuasif tentang produk berupa barang, jasa, ide, ataupun organisasi sebagai media promosi yang memperkenankan untuk memperkenalkan produk yang akan dipasarkan. Iklan memiliki berbagai macam bentuk (lokal, konsumen, produk, merek, dan sebagainya) serta disusun untuk memperoleh berbagai ragam tujuan (pengenalan merek, penjualan produk, preferensi dan sebagainya).

Berdasarkan uraian yang dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan, iklan merupakan sebuah tindakan pengenalan produk atau promosi, jasa, atau layanan yang diberitahukan melalui media yang telah ditentukan. Tujuan dari iklan adalah untuk menarik perhatian umum untuk tertarik membeli produk ataupun jasa yang telah disediakan. Berkaitan dengan iklan, iklan juga dapat dikatakan sebagai

segala bentuk penyajian promosi tentang jasa, barang, gagasan yang dibiayai oleh promotor tertentu. Iklan yang disajikan di media televisi diharapkan mampu menunjang keberhasilan sebuah produk serta disukai oleh para konsumen yang menonton atau melihat iklan tersebut. Sikap konsumen terhadap iklan dapat dipelajari melalui ekspresi suka atau tidak suka terhadap keadaan atau kondisi yang diperlihatkan pada iklan. Sikap terhadap iklan beraksi melalui sebuah proses tanggapan atau padangan penonton terhadap komponen-komponen dari periklanan. Tanggapan dan pandangan ini dapat didefinisikan pada saat penonton sedang mendengar, melihat, atau berpikir tentang iklan yang telah diperlihatkan atau disajikan. Dari penjelasan ini dapat dikatakan bahwa iklan sangat berkaitan dengan ilmu pragmatik yaitu tindak tutur. Pemilihan kata serta kalimat yang cocok, cara penyampaian dan bagaimana reaksi atau tindakan konsumen (mitra tutur) ketika melihat iklan tersebut, merupakan bentuk dari tindak tutur.

2.3 Kerangka Berfikir

Definisi dari kerangka berfikir adalah dasar pemikiran gabungan antara teori dengan hakikat yang dimana tujuannya adalah untuk menjelaskan apa yang akan diteliti. Rancangan teori yang relevan akan memiliki manfaat kepada peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama, seperti sebagai media pembelajaran ataupun sebagai rujukan. Melalui kerangka pemikiran yang disusun dengan relevan, gambaran dari penelitian yang akan dilaksanakan dapat mudah dipahami dan terarah. Kerangka pemikiran ini juga sangat membantu peneliti untuk memahami proses dan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan.

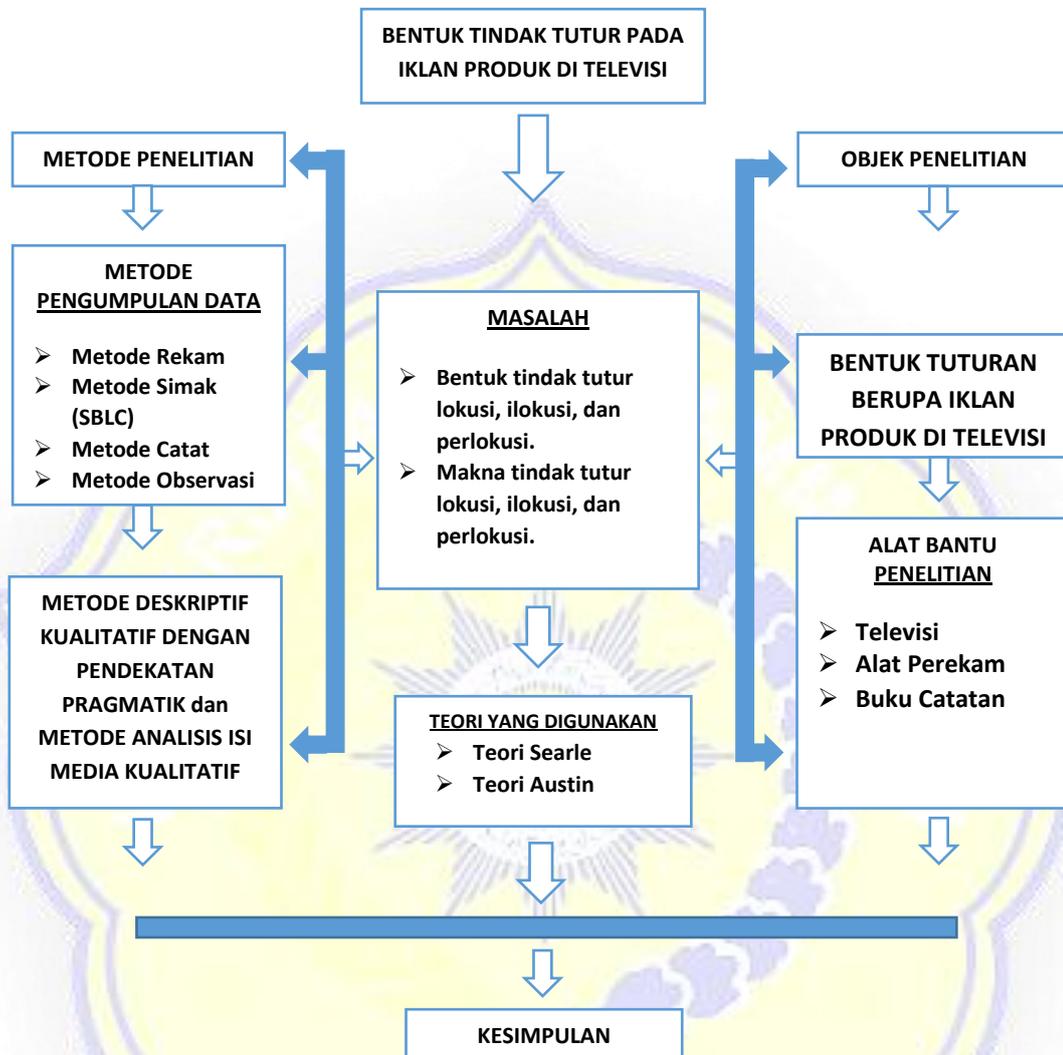
Televisi adalah media massa yang memiliki akibat atau pengaruh yang dapat membentuk pola pikir, sikap, pengetahuan, tingkah laku, serta dapat memperluas

wawasan para penggunanya. Acara yang disajikan oleh televisi memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kondisi atau keadaan manusia, karena televisi mampu mengubah pendapat, sikap, dan perilaku seseorang dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu acara televisi juga mampu untuk mempengaruhi pandangan, gaya hidup, sikap, orientasi, dan motivasi. Televisi tidak hanya menyajikan media acara hiburan saja, televisi juga menyajikan promosi-promosi seperti barang atau jasa. Promosi ini dinamakan sebagai iklan. Media televisi digunakan oleh para pengusaha untuk menawarkan barang-barang mereka dalam bentuk iklan. Penggunaan sistem iklan, dipandang lebih efektif dari segi memperkenalkan barang dan pemberian penawaran harga pada barang yang diiklankan. Penawaran produk, penggunaan tuturan yang dianggap sesuai, serta bagaimana reaksi pembeli melihat iklan, sangat berkaitan dengan proses tindak tutur. Hal inilah yang akan dikaji oleh peneliti dalam penelitiannya.

Tindak tutur mempunyai bentuk lokusi, ilokusi dan perlokusi. Dari bentuk inilah yang kemudian akan dianalisis, baik bentuk lokusi, ilokusi, perlokusi serta makna tuturan yang akan dikaji berdasarkan teori dan kemampuan penulis pada iklan produk yang menjadi bahan atau data penelitian ini.

Secara pragmatik tinjauan mengenai bentuk lokusi, ilokusi dan perlokusi dalam iklan produk yang ada di televisi mengutamakan fungsi produk dan keunggulan produk yang dituangkan dalam tuturan yang menarik. Untuk itu, pemanfaatan paradigma yang sesuai dengan hipotesis ini didasarkan kepada bentuk tuturan iklan produk yang ada pada televisi, baik itu lokusi, ilokusi dan perlokusi seperti yang terlihat pada kerangka teoretis berikut ini.

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis Bentuk lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam iklan produk di televisi.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian dalam bahasa Inggris disebut sebagai *research* yang berasal dari kata *re* yang bermakna kembali dan *to search* yang apabila diartikan menjadi kata mencari, Jadi *research* berarti proses pencarian kembali pengetahuan. Penelitian juga bisa dikatakan sebagai suatu kegiatan ilmiah, karena menggunakan aspek teori dan ilmu pengetahuan. Dalam sebuah penelitian ada yang disebut Rancangan penelitian. Rancangan penelitian merupakan sebuah rencana yang dibuat oleh seorang peneliti yang menyeluruh dari penelitian yang akan dilaksanakan. Rancangan ini mencakup hal-hal yang akan dilakukan peneliti, dengan kata lain tahap-tahap penelitian yang telah direncanakan mulai dari menentukan masalah yang akan menjadi bahan penelitian, pemilihan metode penelitian yang dianggap relevan, pembuatan asumsi serta keterkaitannya secara operasional, sampai pada analisis akhir, dengan kata lain tujuan yang ingin dicapai peneliti saat melakukan penelitiannya. Pada rancangan penelitian juga terdapat bagian pemberian saran dan penyimpulan, hal ini dilaksanakan untuk memilah hasil dari penelitian, apakah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak. Suatu rancangan penelitian menyatakan, baik format masalah penelitian maupun rencana penyelidikan yang akan digunakan untuk mendapatkan bukti yang relevan tentang hubungan-hubungan dalam masalah.

Rancangan penelitian juga dapat dikatakan sebagai suatu perencanaan yang menyeluruh dari penelitian yang meliputi aspek atau komponen yang akan

dilakukan peneliti mulai dari penentuan hipotesis serta keterkaitannya secara fungsional sampai pada tahap kesimpulan akhir. Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini dirancang dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik dan juga metode analisis isi media kualitatif atau *ethnographic content analysis*.

3.2 Data dan Sumber Data

Data merupakan sebuah informasi atau sekumpulan fakta yang terdiri dari kata, kalimat, gambar, angka, dan lain-lain. Data ini didapatkan atau diperoleh dari sebuah proses atau pengamatan serta pencarian ke sumber-sumber tertentu.

Data dalam penelitian ini adalah bentuk tindak tutur berupa iklan produk sedangkan yang menjadi sumber data penelitian ini adalah media massa tepatnya televisi. Dalam pengutipan data, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan karena dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data berupa iklan produk, kemudian mempertimbangkan apakah data tersebut memenuhi syarat sebagai bagian dari data penelitian atau tidak.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode atau teknik pengumpulan data adalah bentuk strategi pengumpulan data penelitian yang harus dilakukan secara teliti dan tidak sembarangan. Langkah-langkah pengumpulan data serta teknik pengumpulan data harus diikuti dengan seksama untuk memperlancar kegiatan pengumpulan data. Tujuan dari langkah pengumpulan data ini adalah untuk memperoleh hasil analisis data yang sesuai dengan keinginan atau relevan untuk data penelitian yang akan atau sedang dilakukan. Metode atau teknik pengumpulan data merupakan penentu pengambilan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Selain itu teknik

pengumpulan data yang sesuai juga akan sangat memberi pengaruh dalam analisis data yang akan dilakukan selama melakukan suatu penelitian. Data yang dikumpulkan oleh seorang peneliti haruslah berpusat pada ciri yang *valid* atau *sahih* serta *reliable* dan dapat dipercaya kebenarannya. Jadi data yang dikumpulkan haruslah memenuhi aspek yang diharapkan dari sebuah penelitian yang dilakukan. Ketercukupan data harus diperhatikan apakah layak baik dari segi jumlah maupun dari segi tipe data yang dibutuhkan. Adapun metode atau teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.3.1 Metode Rekam

Metode rekam adalah pemerolehan data melalui kegiatan perekaman pada proses penggunaan bahasa lisan yang bersifat spontan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan proses perekaman terhadap data yang akan digunakan atau dianalisis. Data dalam penelitian ini berupa iklan produk. Peneliti akan melakukan perekaman menggunakan *handphone* sebagai alat bantu perekaman.

3.3.2 Metode Simak

Metode simak adalah bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan serta penyimakan mengenai penggunaan bahasa yang akan diteliti. Metode ini hampir memiliki kemiripan dengan metode observasi ataupun metode pengamatan pada ilmu tentang hubungan serta interaksi manusia dan lingkungan. Istilah simak pada metode ini bukan hanya berhubungan dengan pemakaian bahasa lisan seperti percakapan antar penutur suatu bahasa. Selain itu metode ini juga mendalami bahasa tulis yang berkaitan dengan mengamati, memahami ataupun membaca bahasa tulis yang ada dalam sebuah teks seperti naskah, surat

kabar, cerita, ataupun naskah tertulis lainnya. Berkaitan dengan penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti, metode atau teknik simak yang akan digunakan adalah Teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC). Melalui metode ini peneliti tidak ikut berpartisipasi dalam pembicaraan saat proses pengumpulan data. Peneliti hanya akan menjadi penyimak yang hanya akan mendengarkan kemudian mencatat hal yang dianggap sebagai data pada pembicaraan atau proses penuturan tersebut. Adapun hal yang akan dijadikan bahan simakan pada penelitian ini adalah bentuk tuturan dari iklan produk di televisi.

3.3.3 Metode Catat

Metode catat atau teknik catat merupakan sebuah metode pengumpulan data dengan cara mencatat. Berkaitan dengan penelitian ini, setelah melakukan kegiatan merekam dan menyimak, peneliti pun akan melakukan kegiatan mencatat data dari hasil kedua kegiatan tersebut. Adapun yang akan dicatat adalah bentuk tuturan iklan produk yang ada di televisi.

3.3.4 Metode Observasi

Teknik atau metode observasi merupakan dasar dari semua metode ilmu pengetahuan. Peneliti hanya dapat bekerja berdasarkan data yang diperoleh yakni fakta tentang dunia nyata yang didapatkan dalam kegiatan observasi. Pengumpulan data dilakukan dengan berbagai cara dan biasanya tidak jarang menggunakan alat canggih. Pada penelitian ini, penulis melakukan pengamatan dengan cara melihat langsung iklan produk di televisi kemudian mengamati serta mencermati apakah iklan tersebut memiliki aspek tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi yang dicari atau diinginkan oleh peneliti.

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan metode analisis isi media kualitatif atau *ethnographic content analysis*. Metode deskriptif kualitatif ini adalah metode yang penelitiannya berfokus pada pendayagunaan data-data kualitatif dan dijabarkan serta disajikan secara deskriptif. Ciri khas suatu penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif adalah dimana hasil penelitian tersebut berupa data-data deskripsi. Penggunaan metode ini akan mendorong peneliti untuk memahami tanda-tanda secara komprehensif yang diikuti dengan pemahaman tentang seluruh konteks dan melaksanakan analisis yang menyeluruh dan melakukan pendeskripsian, oleh karena itu laporan penelitian kualitatif biasanya juga berisi kesimpulan yang abstraksi dan sintesis (Williams dalam Hardani, dkk., 2020:18). Sedangkan definisi dari metode analisis isi media kualitatif atau *ethnographic content analysis* adalah suatu metode atau teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengelolah pesan, metode ini diibaratkan sebagai alat untuk menekuni dan mengkaji isi perilaku komunikasi terbuka dan komunikator yang dipilih (Budd dalam Bungin, 2015:187). Berdasarkan definisi dasar, metode analisis isi media kualitatif dapat didefinisikan sebagai metode atau teknik pengumpulan data rasional yang dipusatkan untuk memahami bagaimana rupa dari karakteristik dan kesimpulan dalam isi yang berfokus pada penjelasan yang mendalam mengenai isi informasi atau pemberitahuan yang terdapat dalam suatu media massa.

Pengumpulan data berupa iklan produk dari sumber utama yaitu televisi akan dilakukan oleh peneliti secara terus-menerus sampai data yang diinginkan

dapat diperoleh. Kemudian peneliti akan mendeskripsikan data tersebut dengan teori-teori atau pendekatan pragmatik pada kajian tindak tutur. Peneliti tidak hanya akan mendeskripsikan, peneliti juga melakukan pengidentifikasian yaitu dari segi jenis dan memilah kategorisasi bentuk tuturan yang termasuk tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi yang terdapat pada iklan produk yang telah dikumpulkan sebelumnya. Penggambaran konsep analisis data pada penelitian ini sangat sesuai penerapan metode deskriptif kualitatif yaitu pengelompokkan, pengidentifikasian dan pendeskripsikan data penelitian. Sedangkan untuk metode analisis isi media kualitatif atau *ethnographic content analysis*, peneliti menerapkan metode ini pada analisis data penelitiannya karena sangat relevan dengan cara pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti. Metode ini berfokus dengan pengidentifikasian, pengelompokkan, serta pendeskripsian data yang berfokus pada media massa. Selain itu, dasar utama peneliti menggunakan metode analisis isi media kualitatif atau *ethnographic content analysis* pada penelitiannya karena tempat pengambilan atau sumber data penelitian ini adalah dari media massa yaitu televisi.

3.5 Metode Penyajian Analisis Data

Analisis data merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh seorang peneliti yang berhubungan dengan proses penguraian masalah atau titik pusat kajian menjadi kumpulan aspek sehingga tatanan dalam bentuk sesuatu yang diuraikan tersebut dapat dilihat dengan jelas serta mudah didapati makna maupun fungsinya (Helaludin & Wijaya, 2019:99). Dalam melakukan suatu penelitian, penyajian analisis data sangat penting karena pada tahap ini peneliti akan menggambarkan bagaimana proses serta tahap penelitian yang akan dilakukan, mulai dari

penentuan masalah, pengumpulan data, penggunaan metode yang relevan dengan penelitian, dan diakhiri dengan pemberian kesimpulan. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode prosedur atau penyajian data menurut Milles dan Huberman. Dalam kutipannya yang berbunyi “Kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga datanya mencapai titik jenuh” (Milles & Huberman dalam Helaludin & Wijaya, 2019:123). Adapun tahapan penyajian data tersebut adalah sebagai berikut.

Pertama adalah tahap menggunakan reduksi data, maksud dari reduksi data disini adalah bentuk analisis data dengan tujuan untuk mengutamakan, memilih, menitikberatkan, memfokuskan serta membuang data ke orientasi pengambilan keputusan. Reduksi data juga berkaitan dengan penyortiran data yang dilakukan secara berulang-ulang dengan penggunaan metode yang sesuai sehingga mendapatkan hasil data yang diinginkan. Berpautan dengan hal tersebut, pada penelitian ini peneliti menentukan terlebih dahulu metode analisis dan pengumpulan data yang akan digunakan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik dan metode media kualitatif atau *ethnographic content analysis*, sementara untuk metode pengumpulan data adalah metode studi pustaka, metode simak, dan metode observasi. Setelah menentukan metode-metode tersebut, peneliti pun melakukan penelitiannya terkait dengan pengumpulan data-data iklan produk di televisi menggunakan metode pengumpulan data yang telah diputuskan dan kemudian menganalisisnya dengan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik serta media kualitatif

atau *ethnographic content analysis*, untuk melihat serta memilah data iklan produk yang mengandung tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi.

Kedua adalah tahap *display* data, pada tahap ini peneliti melakukan penyajian data setelah dilakukannya reduksi data dengan cara memilih, memilah, serta menyusun data penelitian sesuai dengan jenis dan kategori. Berkaitan dengan hal tersebut, setelah melakukan penyortiran data atau reduksi data, peneliti pun melakukan pengelompokkan atau membagi data yang sesuai dengan kategori yang telah ditentukan berupa data iklan produk yang berisi tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi.

Ketiga adalah tahap kesimpulan, maksud dari kesimpulan disini adalah pengambilan keputusan dan melakukan verifikasi. Pada penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yang diaman pengambilan kesimpulan awal yang bersifat sementara harus dilakukan untuk mendapatkan hasil kesimpulan yang diinginkan. Kesimpulan pada penelitian, akan benar-benar dinamakan sebagai kesimpulan akhir apabila peneliti telah melakukan penelitian pada tahap yang telah diinginkan, seperti telah mengelompokkan data penelitian secara relevan ataupun telah menyelesaikan masalah yang ada pada penelitian sesuai dengan kemampuan atau keinginan seorang peneliti. Berhubungan dengan hal tersebut, pada penelitian ini, peneliti akan memberikan kesimpulan setelah menyelesaikan proses pemilihan atau pengelompokkan data sesuai dengan kategori yang telah ditentukan yaitu data iklan produk, selain itu peneliti memberikan penjelasan terkait data tersebut, yaitu alasan kenapa data iklan produk tersebut termasuk tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi. Setelah melakukan proses tersebut,

peneliti akan menyampaikan alasan serta manfaat data yang telah digambarkan dalam penelitiannya, dalam hal ini termasuk sebagai kesimpulan akhir yang diberikan peneliti terhadap penelitian yang telah dilakukan. Harapan peneliti terkait dengan manfaat pada penelitian ini adalah dapat menjadi media yang berguna bagi masyarakat luas dalam hal sebagai alternatif pembelajaran pragmatik terutama pada kajian tindak tutur.

