



ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI PADA IKLAN TRAVELOKA PAK MONO

Ayu Puji Lestari¹, Amarta Kholifatul Insyiroh², Khalimatus Sa'adah³

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia /Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muria Kudus, Indonesia
202034021@std.umk.ac.id

Abstract

The purpose of pragmatic research on Traveloka Pak Mono advertisements is to find out the complexity of illocutionary speech acts. This type of research is a qualitative research with descriptive method. The information presented is in the form of illocutionary speech acts in Traveloka advertisements. The source of the data obtained in this study was through watching results from Youtube. The data collection technique in this study was notes. This research technique is done by listening carefully to advertisements for transportation services, accommodation, activities and lifestyle, as well as finances, then listen to existing data sources, and finally record the data obtained from data sources that have been obtained as research support. The data analysis technique used in the research is an interactive analysis model. The first analysis stage is collecting data in the form of advertisements for transportation services, accommodation, activities and lifestyle and finances. Second, record in detail and accurately the things found in speech acts in advertisements for transportation services, accommodation, activities and lifestyle and finances. Third, presenting data that aims to make it easier for researchers to understand the data. Fourth, namely drawing conclusions from data that has been obtained previously. The results of this study contained several illocutionary acts, namely assertive illocutionary speech acts, directive illocutionary speech acts, and commissive illocutionary speech acts.

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

Abstrak

Tujuan dari penelitian pragmatik pada iklan Traveloka Pak Mono adalah untuk mengetahui kompleksitas tindak tutur ilokusi. Jenis penelitian ini ialah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Informasi yang dipaparkan berupa bentuk tindak tutur ilokusi pada iklan Traveloka. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui hasil menonton dari Youtube. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah catat. Teknik penelitian ini dilakukan dengan mendengarkan secara baik pada iklan jasa pelayanan transportasi, akomodasi, aktivitas dan gaya hidup, serta keuangan, kemudian menyimak sumber data yang ada, dan yang terakhir mencatat data yang diperoleh dari sumber data yang telah diperoleh sebagai penunjang penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ialah model analisis interaktif. Tahap analisis Pertama, yaitu mengumpulkan data berupa iklan jasa pelayanan transportasi, akomodasi, aktivitas dan

Article History:

Received yyyy-mm-dd

Revised yyyy-mm-dd

Accepted yyyy-mm-dd

DOI:

10.0021xx/educatio.vxix.xxxx

gaya hidup serta keuangan. Kedua, mencatat secara detail dan akurat hal yang ditemukan dalam tindak tutur pada iklan jasa transportasi, akomodasi, aktivitas dan gaya hidup serta keuangan. Ketiga, memaparkan data yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami data. Keempat, yaitu penarikan simpulan dari data yang sudah diperoleh sebelumnya. Hasil penelitian ini terdapat beberapa tindak ilokusi yaitu tindak tutur ilokusi arsetif, tindak tutur ilokusi direktif, dan tindak tutur ilokusi komisif.

Kata Kunci: Tindak Tutur Ilokusi Arsetif, Direktif, dan Komisif.

PENDAHULUAN

Pragmatik merupakan studi tentang hubungan antara bentuk-bentuk linguistik dan pemakai bentuk-bentuk tersebut (Yule, 2006:5). Sejalan dengan pendapat di atas menurut Levinson (1983:7), pragmatik yaitu kajian suatu bahasa dari perspektif fungsional yang berusaha menjelaskan beberapa aspek struktur linguistik dengan mengacu pada beberapa pengaruh dan gejala non-linguistik. Secara umum kajian pragmatik meliputi pragmalinguistik dan sosiopragmatik. Pragmalinguistik adalah telaah mengenai kondisi-kondisi umum penggunaan komunikatif bahasa. Pragmalinguistik dapat diterapkan pada telaah pragmatik yang tujuannya mengarah pada tujuan linguistik, di mana mempertimbangkan sumber-sumber khusus yang disediakan oleh suatu bahasa terbentuk untuk menyampaikan ilokusi-ilokusi tertentu. Sedangkan Menurut Yule (2006:25), sosiopragmatik adalah telaah mengenai kondisi-kondisi ‘setempat’ atau kondisi-kondisi ‘lokal’ yang lebih khusus mengenai penggunaan bahasa, kondisi tersebut merupakan konteks dari sebuah tuturan. Masyarakat setempat lebih khusus terlihat bahwa prinsip kooperatif atau prinsip kerja sama dan prinsip kesopansantunan berlangsung secara berubah-ubah dalam kebudayaan yang berbeda-beda, di antara kelas-kelas sosial yang berbeda-beda, aspek-aspek, dan sebagainya. (Murti et al., 2018)

Salah satu topik utama dalam kajian pragmatik adalah tindak tutur. Ilmu pragmatik sendiri merupakan bidang di dalam linguistik yang mengkaji maksud ujaran, bukan makna kalimat yang diucapkan. Selain maksud ujaran, pragmatik juga mempelajari fungsi ujaran: untuk apa ujaran suatu ujaran dibuat atau dilakukan. Jadi dapat dikatakan bahwa satuan analisisnya bukanlah kalimat (kalimat adalah satuan tata bahasa), melainkan tindak ujaran atau tindak tutur (Purwo, 1994:84). (Sagita & Setiawan, 2020). Berkenaan dengan tindak tutur, Austin (Purba, 2011) membedakan tiga jenis tindak tutur yaitu (1) lokusi adalah tindak tutur untuk menanyakan sesuatu, (2) ilokusi adalah suatu kegiatan ujaran yang dilakukan untuk menyarankan, meyakinkan, serta menginformasikan tuturan tersebut kepada lawan tutur agar lawan tutur melakukan suatu tindakan sesuai dengan apa yang dituturkan. Hidayati & Darmuki (2023) menggolongkan tindak tutur ilokusi ke dalam lima macam bentuk tuturan yang masing-masing memiliki fungsi komunikatif, yaitu : 1. Asertif, tuturan yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi, seperti menyatakan, menyarankan, membual, mengeluh, dan mengklaim. 2. Direktif, tuturan yang dimaksudkan untuk membuat pengaruh agar lawan tutur melakukan tindakan, seperti memesan, memerintah, memohon, menasehati, dan merekomendasi. 3. Ekspresif, tuturan yang menunjukkan sikap psikologis penutur, seperti berterima kasih, memberi selamat, meminta maaf, menyalahkan, memuji, dan berbelasungkawa. 4. Komisif, tuturan yang menyatakan janji atau penawaran, seperti

berjanji, bersumpah, dan menawarkan sesuatu. 5. Deklarasi, tuturan yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataannya, seperti berpasrah, memecat, membaptis, memberi nama, mengangkat, mengucilkan, dan menghukum. (Arifiany & Trahutam, 2016). Tindak tutur dalam penggunaannya bisa berupa kemampuan berbicara ataupun dalam bentuk bahasa lisan (Darmuki & Hidayati, 2019).

Dalam penelitian ini, akan dipaparkan mengenai makna yang terkandung pada iklan Traveloka Pak Mono dengan menggunakan pendekatan tindak tutur ilokusi. Hal ini bertujuan agar pembaca dapat memahami makna yang ingin disampaikan dari perusahaan layanan perjalanan domestik di Indonesia. Penelitian yang relevan mengenai tindak tutur ilokusi terdapat pada penelitian Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Fair and Lovely di Televisi yang dilakukan oleh Ariana (2020). Dari penelitian tersebut ditemukan lima wujud tindak tutur ilokusi, yakni tindak tutur ilokusi jenis asertif, ekspresif, komisif, direktif, dan deklaratif. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui makna pada iklan Traveloka Pak Mono melalui tindak tutur ilokusi. Penelitian ini penting dilakukan guna untuk menambah pengetahuan penulis dan pembaca mengenai makna tindak tutur ilokusi pada iklan Traveloka Pak Mono. Selain itu dengan adanya penelitian ini, pembaca akan mengetahui wujud atau bentuk tindak tutur ilokusi yang ditemukan oleh peneliti.

METODE PENELITIAN

Di dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk mengumpulkan, mengklasifikasi, dan menjelaskan informasi yang relevan tentang keadaan media saat ini dalam bentuk kata-kata atau gambar, dan informasi yang dijelaskan tidak dalam bentuk angka (Sudaryanto, Sumarwati, dan Suryanto, 2014).). dalam jurnal imajeri (2020) Informasi yang dipaparkan berupa bentuk tindak tutur ilokusi pada iklan *Traveloka*. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui hasil menonton dari Youtube. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah catat. Teknik penelitian ini dilakukan dengan mendengarkan secara baik pada iklan jasa pelayanan transportasi, akomodasi, aktivitas dan gaya hidup, serta keuangan, kemudian menyimak sumber data yang ada, dan yang terakhir mencatat data yang diperoleh dari sumber data yang telah diperoleh (Sugiyono, 2016) dalam jurnal imajeri (2020). Penggunaan teknik simak dan catat akan memudahkan peneliti dalam mengkaji sumber data yang diperoleh. (Sikana & Linda Fadillah, 2020)

Teknik analisis data yang digunakan ialah teori milik Miles dan Huberman dengan model analisis interaktif (*Interactive Model of analysis*) (Sugiyono, 2018 dalam jurnal imajeri (2020)). Tahap analisis *Pertama*, yaitu mengumpulkan data berupa iklan jasa pelayanan transportasi, akomodasi, aktivitas dan gaya hidup serta keuangan, *Traveloka* di televisi. *Kedua*, mencatat secara detail dan akurat hal yang ditemukan dalam tindak tutur pada iklan jasa transportasi, akomodasi, aktivitas dan gaya hidup serta keuangan, *Traveloka*. *Ketiga*, memaparkan data yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami data. *Keempat*, yaitu penarikan simpulan dari data yang sudah diperoleh sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis yang disajikan yaitu mengenai tindak tutur ilokusi pada iklan Traveloka Pak Mono. Tindak tutur ilokusi adalah suatu tindakan yang dilakukan melalui tuturan. Menurut Searle (1975) wujud tindak tutur ilokusi terdapat lima diantaranya:

(1) arsetif atau representative, (2) direktif, (3) komisif, (4) ekspresif, (5) deklaratif.

Kelima wujud tindak tutur ilokusi tersebut kami temukan pula pada analisis iklan Traveloka Pak Mono yang di dalamnya terdapat maknanya. Berikut analisis data yang kami peroleh mengenai tindak tutur ilokusi pada iklan Traveloka Pak Mono.

(1) Tindak tutur ilokusi arsetif

Tindak tutur ilokusi asertif merupakan tindak tutur yang menyangkut penutur kepada kebenaran atau kecocokan proposisi, misalnya mengatakan, menyebutkan, melaporkan, menyatakan atau menjelaskan (Searle, 1975).

Data 1

A : “Itu papaku, namanya Pak Mono. Temen-temennya sering memanggilnya monoton, soalnya jarang bergerak bahkan kalo ngobrol hanya kalimat “lagi ngapain?”. Menu wajib papa itu nasi, ayam, telur setiap hari gak pernah ganti. Nenek pernah cerita, papa paling jauh cuma pergi ke sekolah. Setiap tahun papa ngajak aku liburan ke puncak, puncak dan puncak lagi. Tapi papa gak mau hidupku juga datar.”

B : “Butuh inspirasi weekend scroll aplikasi traveloka. setiap hari banyak inspirasi. Papa ku mau nonton jadi mau jalan, mau seru-seru an sampai kulineran. Aku jadi punya banyak pengalaman.”

Dikatakan dengan teori tindak tutur ilokusi pada iklan tersebut adalah tindak tutur ilokusi asertif. (A) bermaksud “Menyatakan atau Menjelaskan” bahwa (B) membutuhkan inspirasi untuk liburan. Hal itu terbukti ketika (A) menjelaskan kondisi hidup papa nya yang sangat monoton dan jarang untuk berlibur dan (B) Menyarankan untuk menggunakan aplikasi traveloka untuk mendapat inspirasi berlibur.

Data 2

A : “Butuh inspirasi weekend scroll aplikasi traveloka.”

B : “Setiap liburan aku selalu diajak orang tuaku di berbagai tempat yang berbeda.”

C : “Waaah enak tuh, kok bisa?”

A : “Aplikasi Traveloka memberikan banyak manfaat untuk kita yang sedang mencari berbagai tempat wisata untuk berlibur bersama keluarga.”

Dikaitkan dengan teori tindak tutur, tindak ilokusi yang tepat pada iklan tersebut adalah tindak ilokusi arsetif yang “Menyatakan atau Menjelaskan”. Tindak ilokusi arsetif “Menyatakan atau Menjelaskan” terletak pada tuturan (A). (A) Menyatakan bahwa aplikasi traveloka memberikan banyak manfaat bagi semua orang yang sedang mencari tempat wisata untuk pergi berlibur pada saat liburan telah tiba.

(2) Tindak Tutur Ilokusi Direktif

Tindak ilokusi direktif menurut Searle (1975) Tindak ilokusi yang tujuannya adalah tanggapan berupa tindakan dari mitra tutur, misalnya menyuruh atau meminta, menuntut, menyarankan atau menasehati, menantang atau memerintah, dan memohon.

A : “Aku pergi terus kok, sabtu kemarin aku bikin istana pasir di pantai, aku pergi ke waterpark trs pergi snorkling sama main trampolin. Aku pergi terus kok.”

B : “Butuh inspirasi weekend scroll aplikasi traveloka.”

Dikaitkan dengan teori tindak tutur, selain tindak arsetif iklan tersebut juga termasuk dalam tindak tutur ilokusi direktif “meminta”. Tuturan yang mengandung maksud “meminta” terletak pada tuturan (A) Pada “aku pergi terus kok, setiap hari di tempat yang berbeda beda”, maksud pada kalimat tersebut bahwa (A) Diminta untuk menggunakan aplikasi traveloka dalam mencari inspirasi lain untuk berlibur.

(3) Tindak tutur Ilokusi komisif

Tindak ilokusi komisif menurut Searle (1975) tindak ilokusi yang melibatkan penutur dengan tindakan atau akibat selanjutnya.

A : “Aku pergi terus kok, sabtu kemarin aku bikin istana pasir di pantai, aku pergi ke waterpark trs pergi snorkling sama main trampolin. Aku pergi terus kok.”

C : “Butuh inspirasi weekend scroll aplikasi traveloka.”

A : “ Setelah itu papa jadi sadar gak mau hidupku juga datar. Papa udah berubah, setiap hari banyak inspirasi. Papa ku mau nonton jadi mau jalan, mau seru-seru an sampai kulineran. Aku jadi punya banyak pengalaman”

Dikaitkan dengan teori tindak tutur, data diatas menunjukkan bahwa iklan tersebut termasuk dalam tindak tutur ilokusi komisif “menawarkan”. Tindak komisif menawarkan terdapat pada kalimat “Butuh inspirasi weekend scroll aplikasi traveloka.” kalimat tersebut mempunyai arti menawarkan aplikasi yang dapat digunakan untuk mencari inspirasi berlibur.

SIMPULAN

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwasanya iklan pada aplikasi traveloka Pak Mono terdapat tindak tutur ilokusi asertif, direktif dan komisif. Pada tindak tutur ilokusi asertif terdapat dua data yaitu berupa “Menyatakan atau Menjelaskan” dari aplikasi yang ditawarkan pada khalayak umum. Selanjutnya pada tindak tutur direktif terdapat satu data yaitu “Meminta atau Mengajak”. Selanjutnya tindak tutur ilokusi komisif terdapat empat data tindak tutur ilokusi komisif yaitu berupa “Menawarkan”.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiany, N., & Trahutam, M. P. R. S. I. (2016). Pemaknaan Tindak Tutur Direktif Dalam Komik . *Jurnal Japanese Literature*, 2(1), 1–11.
- Darmuki, A. & Hidayati, N.A. (2019). Peningkatan Kemampuan Pidato Menggunakan Metode Kooperatif Tipe NHT pada Mahasiswa Tingkat I-A Prodi PBSI IKIP PGRI Bojonegoro Tahun Akademik 2018/2019. *Jurnal Pendidikan Edutama*. Vol. 6(2), hlm 9-18.
- Hidayati, N. A., & Darmuki, A. (2023). Metode Contextual Teaching Learning Untuk

-
- Meningkatkan Hasil Belajar Mata Kuliah Pragmatik. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.31949/educatio.v9i1.3013>
- Murti, S., Nisai Muslihah, N., & Permata Sari, I. (2018). Tindak Tutur Ekspresif dalam Film Kehormatan di Balik Kerudung Sutradara Tya Subiakto Satrio. *Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, Dan Asing*, 1(1), 17–32. <https://doi.org/10.31540/silamparibisa.v1i1.7>
- Sagita, V. R., & Setiawan, T. (2020). Tindak Tutur Ilokusi Ridwan Kamil dalam Talkshow Insight di CNN Indonesia. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, Dan Budaya*, 9(2), 187.
- Sikana, A. M., & Linda Fadillah, R. (2020). Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Fair and Lovely di Televisi. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 93–104.