



# **ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM IKLAN RADIO DI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Studi S-1 Jurusan Sastra Indonesia  
dan mencapai gelar Sarjana Sastra

Oleh

**Didik Mulyanto**  
**NIM 040110201109**

**JURUSAN SASTRA INDONESIA**  
**FAKULTAS SASTRA**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**2012**



# **ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM IKLAN RADIO DI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Studi S-1 Jurusan Sastra Indonesia  
dan mencapai gelar Sarjana Sastra

Oleh

**Didik Mulyanto**  
**NIM 040110201109**

**JURUSAN SASTRA INDONESIA**  
**FAKULTAS SASTRA**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**2012**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Dadit Joko Sudadi dan Ibu Sri Purwantini tercinta, yang begitu tulus memberikan cinta sejati serta pengorbanan lahir dan batin selama ini. Semoga Allah Swt. memberikan hidayah-Nya kepada penulis agar mampu membalas kebaikannya;
2. guru-guruku sejak TK sampai PT terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;
3. Almamater Fakultas Sastra Universitas Jember.

## **MOTO**

Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat,  
tidak ada yang mengalahkan kerja keras.  
**(Thomas A. Edison)**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Didik Mulyanto

NIM : 040110201109

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: “Analisis Tindak Tutur Illokusi dalam Iklan Radio di Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Januari 2012  
Yang menyatakan,

Didik Mulyanto  
NIM 040110201109

**SKRIPSI**

**ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI  
DALAM IKLAN RADIO DI JEMBER**

Oleh

Didik Mulyanto  
NIM 040110201109

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Prof. Dr. Bambang Wibisono, M.Pd

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Andang Subahianto, M.Hum

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Iklan Radio di Jember”  
telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Sastra, Universitas Jember pada:

hari : Jumat

tanggal: 13 Januari

tempat : Fakultas Sastra

Tim Penguji

Ketua,

Prof. Dr. Bambang Wibisono, M. Pd  
NIP 196004091985031003

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Andang Subaharianto, M. Hum  
NIP 196504171990021001

Dra. A. Erna Rochiyati S, M.Hum  
NIP 196011071988022001

Mengesahkan

Dekan,

Drs. Syamsul Anam, M.A.  
NIP 195909181988021001

## RINGKASAN

**Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Iklan Radio di Jember**; Didik Mulyanto; 040110201109; 2012; 70 halaman; Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Jember.

Bahasa dalam dunia periklanan merupakan bahasa informatif yang bertujuan persuasif. Dengan demikian, pesan yang disampaikan produsen ke konsumen harus efektif. Selain menggunakan bahasa yang informatif, bahasa iklan juga bersifat persuasif, yaitu berusaha mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Iklan atau periklanan merupakan suatu cara yang relatif efektif untuk menyampaikan informasi. Selain itu, iklan juga merupakan sebuah alat untuk menciptakan kesan. Iklan sebagai media komunikasi tidak hanya sekadar penyampai pesan atau informasi agar orang lain mengerti, tetapi juga bertujuan untuk mengubah perilaku orang lain tersebut.

Penggunaan bahasa dalam iklan radio memiliki ciri khas agar diperhatikan, diingat dan mudah dimengerti oleh pendengarnya. Sesuai dengan tujuan beriklan yaitu untuk membujuk masyarakat, pembuat iklan sering kali menggunakan tuturan yang bersifat persuasif, tuturan yang dianggap memiliki daya ilokusi (*illocutionary force*) sehingga dapat mempengaruhi atau membujuk pendengar untuk melakukan hal-hal seperti yang disarankan oleh pembuat iklan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan realisasi tindak tutur ilokusi verba asertif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember (2) mendeskripsikan realisasi tindak tutur ilokusi verba komisif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember (3) mendeskripsikan realisasi tindak tutur ilokusi verba direktif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember (4) mendeskripsikan realisasi tindak tutur ilokusi verba ekspresif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember (5) mendeskripsikan realisasi tindak tutur ilokusi verba deklaratif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember.



Peneliti menggunakan metode penelitian yang meliputi tiga tahap, yaitu (1) penyediaan data; (2) penganalisisan data; (3) penyajian hasil analisis data. Metode penyediaan data yang digunakan adalah metode simak, kemudian menggunakan teknik lanjutan yaitu teknik sadap, teknik simak bebas libat cakap, teknik rekam dan terakhir menggunakan teknik catat. Dalam menganalisis data digunakan metode padan dengan teknik pilah unsur penentu atau teknik PUP, sedangkan metode penyajian hasil analisis data digunakan metode penyajian informal.

Hasil penelitian menunjukkan dalam iklan radio yang ada di Jember tindak tutur ilokusi verba asertif merupakan tindak tutur yang paling sering digunakan, hal tersebut cukup wajar mengingat tujuan iklan adalah untuk menginformasikan produk barang atau jasa dari produsen ke konsumen yang dalam hal ini adalah pendengar radio. Dalam penelitian ini ditemukan 87 tindak tutur ilokusi yang sebagian besar diantaranya merupakan tindak tutur ilokusi verba asertif. Jumlah tindak tutur ilokusi verba asertif yang ditemukan dalam penelitian adalah 48. Jumlah tindak tutur ilokusi verba direktif berada di urutan kedua, yaitu berjumlah 24. Selanjutnya ditemukan 11 tindak tutur ilokusi verba ekspresif. Tindak tutur ilokusi verba komisif dan verba deklaratif juga ditemukan di dalam penelitian ini tetapi jumlahnya tidak banyak, untuk masing-masing verba tersebut hanya ditemukan 2 buah saja.

Wajar jika tindak tutur ilokusi verba asertif begitu mendominasi di dalam sebuah iklan mengingat tujuan utama beriklan adalah menginformasikan sebuah produk, baik produk tersebut berupa barang atau jasa. Jenis tindak tutur ilokusi verba direktif juga besar pengaruhnya dalam sebuah iklan karena tindak tutur ilokusi verba direktif digunakan pengiklan untuk mendorong pendengar agar tertarik dengan produk yang mereka tawarkan dan mengkonsumsinya. Tindak tutur ilokusi verba komisif, ekspresif dan deklaratif tidak begitu banyak digunakan karena daya ilokusi dari ketiga verba tersebut dirasa kurang mendukung bila digunakan untuk mempengaruhi konsumen..

## **PRAKATA**

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Iklan Radio di Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Drs. Syamsul Anam, M.A, selaku Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember;
2. Dr. Agus Sariono, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Sastra Indonesia;
3. Drs. H. Kusnadi, M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa;
4. Dr. Bambang Wibisono, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan perhatian, petunjuk, meluangkan waktu, dan pikiran, dalam penulisan skripsi;
5. Drs. Andang Subahianto, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam membimbing penulis;
6. staf Pengajar Jurusan Sastra Indonesia atas ketulusan dalam mengajarkan ilmunya kepada Penulis;
7. staf Kemahasiswaan dan Akademik Fakultas Sastra, Universitas Jember;
8. staf Perpustakaan Fakultas Sastra, Universitas Jember;
9. keluarga besar di Malang, Kakekku tercinta, Nenekku tercinta, Om, Tante dan sepupuku semuanya, terima kasih atas hangatnya kekeluargaan dan perhatian yang telah diberikan selama ini;
10. keluarga besar di Jember, Om Heri sekeluarga yang telah membimbing penulis dengan tulus dan memberi semangat dalam mengarungi masa kuliah;

11. Antania Ika Sari, yang dengan tulus membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi
12. keluarga besar Dewan Kesenian Kampus Fakultas Sastra, Universitas Jember;
13. teman-teman seperjuangan angkatan 2004.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 13 Januari 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	vi
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Ruang Lingkup dan Rumusan Masalah</b> .....	5
1.2.1 Ruang Lingkup .....	5
1.2.2 Rumusan Masalah .....	6
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	8
<b>1.4 Metode Penelitian</b> .....	8
1.4.1 Data .....	9
1.4.2 Sumber Data.....	9
1.4.3 Penyediaan Data.....	10
1.4.4 Analisis Data .....	10

1.4.5 Penyajian Hasil Analisis Data.....	13
<b>BAB 2. KERANGKA DASAR TEORI .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2 Landasan Teori .....</b>	<b>16</b>
2.2.1 Bahasa .....	16
2.2.2 Fungsi Bahasa .....	17
2.2.3 Wacana.....	18
2.2.4 Tindak Tutur.....	20
a. Tindak Lokusi.....	20
b. Tindak Ilokusi .....	22
c. Tindak Perlokusi .....	25
2.2.5 Peristiwa Tutur.....	26
<b>BAB 3. PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Asertif</b> <b>    dalam Iklan Radio di Jember .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Komisif</b> <b>    dalam Iklan Radio di Jember .....</b>	<b>41</b>
<b>3.3 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Direktif</b> <b>    dalam Iklan Radio di Jember .....</b>	<b>43</b>
<b>3.4 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Ekspresif</b> <b>    dalam Iklan Radio di Jember .....</b>	<b>52</b>
<b>3.5 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Deklaratif</b> <b>    dalam Iklan Radio di Jember .....</b>	<b>57</b>
<b>BAB 4. PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1 Kesimpulan .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2 Saran.....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>65</b>

# **BAB 1. PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bahasa iklan menarik dikaji secara pragmatik karena bahasa yang digunakan dalam dunia periklanan merupakan bahasa informatif yang bertujuan persuasif. Dengan demikian, pesan yang disampaikan produsen ke konsumen harus efektif. Selain menggunakan bahasa yang informatif, bahasa iklan juga bersifat persuasif, yaitu berusaha mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan.

Iklan atau periklanan merupakan suatu cara yang relatif efektif untuk menyampaikan informasi. Selain itu, iklan juga merupakan sebuah alat untuk menciptakan kesan. Untuk menciptakan kesan baik tersebut, cara penyampaian dan penggunaan bahasanya harus baik dan bisa diterima oleh pendengar. Iklan sebagai media komunikasi tidak hanya sekadar penyampai pesan atau informasi agar orang lain mengerti, tetapi juga bertujuan untuk mengubah perilaku orang lain tersebut.

Periklanan adalah fenomena bisnis modern. Tidak ada perusahaan yang ingin maju dan memenangkan kompetisi bisnis tanpa mengandalkan iklan. Demikian pentingnya peran iklan dalam bisnis modern sehingga salah satu tanda ke-bonafitan perusahaan terletak pada berapa besar dana yang dialokasikan untuk iklan tersebut. Keberadaan iklan sangat penting bagi sebuah perusahaan karena iklan merupakan penghubung antara perusahaan dengan masyarakat. Khususnya konsumen.

Dunia periklanan saat ini sudah berkembang pesat seiring dengan berkembangnya dunia teknologi dan kemajuan dalam bidang ekonomi. Perkembangan dunia periklanan banyak didukung oleh media dan teknologi, baik media cetak, seperti koran, tabloid dan majalah maupun media elektronik, seperti internet, televisi dan radio.

Iklan radio merupakan suatu wujud komunikasi lisan yang disampaikan seseorang kepada khalayak ramai dengan tujuan untuk menarik perhatian khalayak terhadap barang atau jasa yang mereka tawarkan. Secara umum, iklan berwujud

penyajian informasi nonpersonal tentang suatu produk, merek, perusahaan, atau toko yang dijalankan dengan kompensasi biaya tertentu. Dengan demikian, iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan.

Pada era sekarang ini, pengertian iklan menjadi diperluas lagi bukan hanya barang dan jasa yang ditawarkan, namun juga kondisi tertentu, misalnya “iklan layanan masyarakat”. Dalam sebuah iklan layanan masyarakat, isi iklan tidak membujuk seseorang untuk membeli barang atau jasa tertentu. Iklan layanan masyarakat menawarkan suatu kondisi ideal atau sebuah kondisi yang lebih baik dalam sebuah masyarakat. Salah satu iklan layanan masyarakat yang paling terkenal adalah iklan anti narkoba. Dalam iklan anti narkoba, pembaca iklan tidak disuruh, dibujuk atau didorong untuk membeli narkoba. Namun sebaliknya, dalam sebuah iklan anti narkoba pembaca didorong untuk tidak membeli, mengkonsumsi atau bahkan mendekati narkoba. Di sini terlihat dengan jelas bahwa bukan barang atau jasa yang ditawarkan, melainkan sebuah tercapainya kondisi masyarakat yang bebas dari narkoba.

Hal yang menarik dari iklan radio adalah iklan radio berbeda dengan iklan di televisi, walaupun keduanya sama-sama berwujud komunikasi lisan. Iklan radio berbeda dengan iklan televisi, karena pada iklan radio tidak terdapat efek visual, yang dapat ditemukan dalam iklan radio hanya suara atau efek audio saja. Iklan di televisi dapat memadukan suara, warna, bentuk, dan gerakan-gerakan khusus, sedangkan iklan di radio hanya terdapat suara saja. Oleh sebab itu, penggunaan bahasa dalam iklan radio tentu memiliki ciri khas agar diperhatikan, diingat dan mudah dimengerti oleh pendengarnya. Penggunaan bahasa dalam iklan yang dimaksud adalah intonasi bicara, gaya bicara (bersemangat, berteriak-teriak, merendahkan suara, dll), dan misalnya juga penggunaan bahasa gaul untuk program acara anak muda. Sesuai dengan tujuan beriklan yaitu untuk membujuk masyarakat, pembuat iklan sering kali menggunakan tuturan yang bersifat persuasif, tuturan yang dianggap memiliki daya

ilokusi (*illocutionary force*) sehingga dapat mempengaruhi atau membujuk pendengar untuk melakukan hal-hal seperti yang disarankan oleh pembuat iklan.

Radio dapat digunakan sebagai sarana informasi, pendidikan, kontrol sosial, dan hiburan. Salah satu keunggulan radio adalah dapat dibawa kemana saja dan dapat dinikmati oleh siapa saja. Orang dapat mendengarkan radio di jalan, di tempat tidur, di mobil, atau di tempat-tempat lain. Orang juga bisa mendengarkan radio sambil santai ataupun sambil mengerjakan sesuatu. Radio adalah salah satu media dalam komunikasi massa, yang kemudian disebut sebagai media massa. Radio sebagai media massa, memang tidak akan mungkin melepaskan diri dari penggunaan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi. Wibowo (2003:100) menyatakan bahwa di dalam proses berkomunikasi itu sendiri, selalu hadir pihak-pihak: (1) pengirim pesan; (2) penerima pesan; dan (3) pesan atau informasi yang dikomunikasikan (dalam wujud bahasa).

Dari beberapa penjelasan tersebut, kita dapat mengetahui salah satu peranan penting dari iklan radio adalah sebagai sarana menarik perhatian masyarakat terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, iklan radio juga dapat digunakan sebagai sarana informasi dalam bentuk iklan layanan masyarakat. Oleh sebab itu, kita perlu mengetahui kategori tindak tutur apa saja yang digunakan dalam iklan radio agar dapat mencapai ketepatan dalam menarik perhatian dan menyampaikan informasi dengan baik kepada masyarakat.

Tindak tutur adalah aktivitas bertutur yang dihasilkan sebagai bagian dari interaksi sosial (Sumarsono, 2004:323). Dalam beberapa hal kita memakai tutur untuk membentuk tindakan, bahkan untuk bertindak. Teori tindak tutur meneliti tentang makna kalimat, tidak menganalisis struktur kalimat. Rani *et al* (2006:159) menyatakan bahwa tindak tutur dalam ujaran suatu kalimat merupakan penentu makna kalimat itu. Namun, makna suatu kalimat tidak ditentukan oleh satu-satunya tindak tutur seperti yang berlaku dalam kalimat yang sedang diujarkan itu, tetapi selalu dalam prinsip adanya kemungkinan untuk menyatakan secara tepat apa yang dimaksudkan oleh penuturnya. Hal ini memungkinkan dalam setiap tindak tutur,



penutur menuturkan kalimat yang unik karena dia berusaha menyesuaikan ujaran dengan konteksnya.

Austin (dalam Geoffrey Leech, 1993:113) menyatakan bahwa ada tiga jenis tindakan yang dilakukan seseorang pada saat dia menghasilkan ujaran yaitu tindak lokusi (*locutionary act*), tindak ilokusi (*illocutionary act*) dan tindak perlokusi (*perlocutionary act*). Tindak lokusi merupakan tindakan bertutur yang kata dan maknanya sesuai dengan kata tersebut. Tindak ilokusi merupakan tindak melakukan sesuatu dan tindakan tersebut memiliki daya yang disebut dengan daya ilokusi (*illocutionary force*). Daya ilokusi memiliki pengaruh dalam tindakan bertutur karena daya tersebut tidak hanya menampilkan maksud harfiah dari sebuah ujaran tetapi juga menampilkan fungsi ujaran yang disesuaikan dengan konteks tempat ujaran tersebut dipakai. Daya ilokusi dapat berupa perintah, pernyataan, penawaran, janji, pujian dan lain sebagainya.

Bahasa digunakan manusia untuk menyampaikan ide, berita, perasaan, harapan dan sebagainya. Chaer (1994:1) menyatakan bahwa bahasa adalah suatu sistem lambang bunyi yang arbitrer, digunakan oleh suatu masyarakat untuk bekerja sama, berkomunikasi dan mengidentifikasi diri. Dari pernyataan tersebut kita dapat memperkirakan bahwa manusia akan menemukan kesulitan dalam berkomunikasi di dalam kehidupan bermasyarakat tanpa adanya bahasa.

Setidaknya ada empat fungsi bahasa seperti dikemukakan oleh Keraf (1980:3). Pertama, bahasa sebagai alat menyatakan ekspresi diri, maksudnya adalah pernyataan keadaan perasaan atau suasana hati dengan memakai bahasa sebagai lambangnya. Kedua, bahasa sebagai alat komunikasi. Ketiga, bahasa sebagai alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial, maksudnya adalah dengan bahasa memungkinkan manusia memanfaatkan pengalaman-pengalamannya, mempelajari, dan mengambil bagian dalam pengalaman-pengalaman itu, serta belajar berkenalan dengan manusia-manusia lain. Keempat, bahasa sebagai alat untuk mengadakan kontrol sosial.

Dengan adanya bahasa, manusia dapat melakukan komunikasi baik secara lisan maupun dengan cara tulis. Secara lisan, manusia dapat menggunakan bahasa untuk berbicara dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan secara tulis, manusia dapat menggunakan bahasa untuk menulis surat, buku, majalah atau catatan-catatan lain agar dibaca oleh orang lain.

Penelitian iklan-iklan yang terdapat di radio merupakan salah satu objek kajian pragmatik. Hal ini dikarenakan kajian pragmatik salah satunya menganalisis wacana iklan radio yang dikhususkan pada aspek tindak tutur, terutama tindak tutur ilokusi iklan radio yang mengandung makna harfiah yang ada dalam iklan tersebut. Di samping itu, penelitian radio berguna bagi kajian terhadap bahasa iklan yang belum banyak dilakukan dan bermanfaat bagi pengembangan teori pada mata kuliah pragmatik.

Iklan pada umumnya digunakan oleh para produsen untuk menarik minat para konsumen agar memakai barang/jasa yang mereka tawarkan, seperti yang telah penulis jelaskan di atas. Hal ini sesuai dengan salah satu jenis tindak tutur ilokusi yaitu direktif. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji apakah dalam sebuah iklan hanya terdapat tindak tutur ilokusi direktif saja, yaitu yang bersifat menyuruh dan mempengaruhi pendengar seperti iklan pada umumnya, ataukah terdapat jenis-jenis ilokusi lain dalam iklan tersebut. Jadi, dalam skripsi ini penulis akan membahas tentang analisis tindak tutur ilokusi dalam iklan radio di Jember.

## **1.2 Ruang Lingkup dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Ruang Lingkup**

Penulisan skripsi memerlukan pembatasan masalah, pembahasan dapat tertumpu pada pokok permasalahan yang dibahas, sehingga permasalahan dapat dikemukakan secara jelas. Hal-hal yang berada di luar ruang lingkup tidak

dibicarakan, tetapi hanya disinggung sejauh yang ada hubungannya dengan permasalahan.

Di dalam skripsi ini ruang lingkup yang dibahas dibatasi tentang tindak tutur ilokusi dalam iklan radio. Penulis tertarik untuk meneliti tindak tutur ilokusi pada iklan radio karena di dalam sebuah iklan terdapat tuturan yang bersifat persuasif dan memiliki daya ilokusi (*illocutionary force*) yang menarik untuk dikaji. Peneliti membatasi masalah yang berhubungan dengan tindak tutur yang ada dalam iklan radio. Sumber data, radio yang dimaksud dalam penelitian ini, hanya peneliti batasi pada lima stasiun radio, yaitu yang sudah ditentukan yang ada di Kabupaten Jember, meliputi radio Kiss, Prosalina, Soka, RRI Pro 2 dan Suara Akbar.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Secara umum masalah yang dibahas dalam skripsi ini adalah memperoleh deskripsi dan penjelasan tentang tindak tutur ilokusi dalam iklan radio di Jember. Secara khusus masalah yang dikaji dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah realisasi tindak tutur ilokusi verba asertif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember?
2. Bagaimanakah realisasi tindak tutur ilokusi verba komisif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember?
3. Bagaimanakah realisasi tindak tutur ilokusi verba direktif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember?
4. Bagaimanakah realisasi tindak tutur ilokusi verba ekspresif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember?
5. Bagaimanakah realisasi tindak tutur ilokusi verba deklaratif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Secara umum tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menjelaskan realisasi tindak tutur ilokusi dalam iklan radio di Jember. Secara khusus tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah memperoleh deskripsi dan eksplanasi hal-hal sebagai berikut:

1. Realisasi tindak tutur ilokusi verba asertif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember.
2. Realisasi tindak tutur ilokusi verba komisif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember.
3. Realisasi tindak tutur ilokusi verba direktif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember.
4. Realisasi tindak tutur ilokusi verba ekspresif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember.
5. Realisasi tindak tutur ilokusi verba deklaratif yang tercermin dalam wacana iklan radio di Jember.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh dua manfaat, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Manfaat teoretis dan praktis yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut.

##### **a. Manfaat Teoretis**

Deskripsi hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memberikan masukan bagi perkembangan ilmu bahasa, khususnya pragmatik yang berkaitan dengan maksud ujaran dalam ucapan, sebagai informasi bagi peneliti yang lain. Di

samping itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian sebelumnya tentang kajian pragmatik.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah dapat memberikan tambahan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis dalam mempelajari ilmu pragmatik. Bagi khalayak umum khususnya setiap orang yang memiliki kepedulian atau perhatian terhadap ilmu pragmatik diharapkan dapat diketahui maksud ujaran yang ada pada iklan radio. Bagi peneliti diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi pendalaman kajian pragmatik, khususnya pada aspek tindak tutur. Selain untuk memperkaya tentang pengetahuan bahasa, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan dunia periklanan.

#### **1.4 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan alat, prosedur, dan teknik yang dipilih untuk melaksanakan penelitian dalam mengumpulkan data (Djajasudarma, 1993:3). Metode merupakan prosedur penelitian yang ruang lingkupnya lebih luas daripada teknik. Oleh karena itu, dapat dipahami jika sebuah metode terdiri atas beberapa teknik.

Metode yang tepat dalam suatu penelitian sangat diperlukan agar dapat dicapai tujuan yang diharapkan. Sudaryanto (1988:2-3) mengatakan bahwa metode adalah cara yang harus ditempuh oleh seorang linguis dalam menuju ke pembenaran atau penolakan hipotesis serta penemuan asas-asas yang mengatur kerja bahasa.

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif. Sudaryanto (1988:62) menyatakan bahwa sifat penelitian deskriptif adalah cara kerja dalam penelitian yang dilakukan semata-mata berdasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang memang secara empiris hidup apa adanya.

Ada tiga tahapan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini. Masing-masing tahapan menggunakan teknik yang berbeda sesuai dengan keperluannya. Tahapan yang pertama adalah tahapan penyediaan data, selanjutnya data diklasifikasikan berdasarkan kategori tindak tutur yang digunakan dalam iklan radio di Kabupaten Jember agar mudah dianalisis. Tahapan yang kedua adalah tahapan analisis data. Setelah analisis dilakukan, maka sampailah pada tahapan yang ketiga yaitu tahapan penyajian hasil analisis (Sudaryanto, 1993:133). Berikut ini penjelasan untuk tiap-tiap tahapan tersebut.

#### 1.4.1 Data

Suatu pembahasan agar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya membutuhkan data yang lengkap dan benar. Data merupakan kumpulan fakta yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi melalui suatu proses pengolahan (Arikunto, 1993:1). Data adalah kumpulan fakta atau informasi yang dapat berbentuk angka atau deskripsi yang berasal dari sumber data. Data yang terdapat dalam skripsi ini adalah data-data berupa tindak tutur yang terdapat dalam wacana pada iklan radio. Data tersebut merupakan transkripsi data hasil rekaman pada iklan radio yang ada di Jember.

#### 1.4.2 Sumber Data

Sumber data adalah sesuatu yang dapat memberikan suatu informasi atau keterangan tentang objek yang akan diteliti (Sudaryanto, 1993:91). Sumber data juga berarti uraian tentang asal diperolehnya data penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah wacana iklan radio yang terdapat di Jember. Adapun data yang diambil dari rekaman iklan radio diperoleh melalui 5 stasiun radio yang ada di Jember yaitu Kiss, Prosalina, Soka, RRI Pro 2 dan Suara Akbar yang mewakili. Peneliti merekam tuturan dalam iklan radio tersebut lalu mentranskripsikan tuturan tersebut dalam bentuk data tertulis.

### 1.4.3 Penyediaan Data

Tahap penyediaan data merupakan salah satu dari tahapan yang dilalui pada pelaksanaan penelitian. Tahapan ini menjadi dasar bagi pelaksanaan tahapan analisis data. Dikatakan demikian karena pelaksanaan analisis data hanya dimungkinkan untuk dilakukan jika data yang akan dianalisis telah tersedia. Cara yang digunakan dalam tahapan penyediaan data, yaitu metode simak. Metode simak adalah metode yang dilakukan dengan menyimak, yaitu menyimak penggunaan bahasa (Sudaryanto, 1993:133). Teknik dasar dari metode ini yaitu teknik sadap, maksudnya peneliti dalam memanfaatkan data dengan segala kecerdikan dan kemauan harus menyadap pembicaraan seseorang. Dalam hal ini, peneliti menyadap tindak tutur dalam wacana iklan radio yang ada di Jember.

Teknik lanjutan yang digunakan adalah teknik simak bebas libat cakap (SLBC). Dalam menggunakan teknik ini peneliti tidak aktif dan tidak terlibat langsung dalam dialog, dan peneliti tidak bertindak sebagai pembicara yang berhadapan dengan lawan bicara. Dia hanya sebagai pemerhati yang penuh minat mendengarkan apa yang dikatakan oleh orang yang sedang berdialog atau berbicara (Sudaryanto, 1993:134).

Teknik lanjutan yang digunakan adalah teknik rekam dan catat. Teknik rekam digunakan dengan menggunakan *MP3 digital player* dan teknik catat dilakukan dengan mencatat data yang sudah disimak dari sumber data dengan mentranskripsikannya. Data tersebut kemudian diklasifikasikan secara sistematis, berdasarkan cakupan masalah yang hendak dipecahan dalam penelitian ini.

### 1.4.4 Analisis Data

Tahap kedua dalam metode deskriptif ini adalah tahap analisis data, dalam penelitian ini menggunakan metode padan. Metode padan alat penentunya di luar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto

1993:13). Teknik dasar dalam penelitian ini adalah teknik pilah unsur penentu atau teknik PUP. Adapun alatnya adalah daya pilah yang bersifat mental yang dimiliki oleh peneliti. Daya pilah yang dimaksud adalah daya pilah pragmatis. Melalui daya pilah tersebut dapat diketahui jenis tindak tutur yang diucapkan pembicara.

Pada tahapan ini, data yang berupa iklan diklasifikasikan berdasarkan jenis tindak tutur ilokusi asertif, komisif, direktif, ekspresif dan deklaratif. Jenis tindak tutur ilokusi dapat diidentifikasi berdasarkan ciri-cirinya, Aplikasi dalam analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut.

#### Data (1) Iklan Kabel Kitani

- a. Pembantu : Listrik nyah.
- b. Ibu : Kebakaran ini kebakaran.
- c. Pembantu : Makanya nyah coba pake kabel Kitani
- d. Ibu : Kitani?
- e. Pembantu : Ho'o udah kabelnya awet, kualitasnya bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Jadi terjamin aman dan bisa nyegah kebakaran. mudeng ora nyah?
- f. Ibu : Halah, malah ceramah. Udah beliin sana kabel Kitaninya.
- g. Narator : Beberapa waktu kemudian.
- h. Ibu : Nem, inem.
- i. Pembantu : Lagi nggosok nyah. Waaa...
- j. Ibu : Lah dalah lagi nggosok.. nggosok apa kamu ini? hah hah.
- k. Pembantu : Ini nyah lagi nggosok kupon dari kemasan kabel Kitani nyah. Saya dapat uang tunai nyah.
- l. Narator : Terang aja kabel Kitani. kabelnya berkualitas, kejutannya bikin puas. Temukan kupon dalam kemasan kabel, gosok dan menangkan hadiah total ratusan juta rupiah tanpa diundi. Cegah kebakaran dengan kabel Kitani, gosok dan menangkan.
- m. Pembantu : Waa...
- n. Ibu : Apa lagi sih kamu heh?
- o. Pembantu : Maaf nyah, nyah besok saya berhenti kerja aja ya nyah ya.
- p. Ibu : Hah kurangajar kamu!



Konteks:

Percakapan antara pembantu A dengan ibu B tentang kebakaran yang disebabkan oleh listrik. Untuk mencegah hal itu terjadi sang pembantu A menyarankan ibu B untuk menggunakan kabel Kitani yang dijamin aman dan dapat mencegah kebakaran.

Iklan kabel Kitani adalah iklan produk barang. Kabel Kitani merupakan kabel berkualitas yang bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Kabel Kitani dijamin awet, aman dan dapat mencegah kebakaran. Wacana iklan kabel Kitani merupakan wacana dialog antara pembantu A dengan ibu B.

Tuturan pada data (1a) adalah tindakan menginformasikan, tuturan pada data (1a) adalah jenis tindak tutur asertif yang ditunjukkan dengan *listrik nyah* yang merupakan pelaporan. Kemudian tuturan pada data (1b) juga merupakan tindakan menginformasikan, pada data (1b) ibu B mengungkapkan pernyataan bahwa hal tersebut dapat menyebabkan kebakaran, pernyataan tersebut merupakan jenis tindak tutur asertif. Data (1c) merupakan jenis tindak tutur direktif yaitu pembantu A menyarankan pada ibu B untuk mencoba menggunakan kabel Kitani. Data (1d) ibu B bertanya pada pembantu A. Tuturan ini merupakan permohonan agar pembantu A menjelaskan tentang kabel Kitani. Jenis tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam data (1d) adalah direktif. Data (1e) merupakan jenis tindak tutur asertif, pembantu A menjelaskan kualitas dan jaminan dari kabel Kitani. Data (1f) adalah jenis tindak tutur direktif yang ditunjukkan dengan *udah beliin sana kabel Kitannya*, pernyataan ini adalah perintah dari ibu B pada pembantu A untuk segera membeli kabel Kitani. Data (1g) adalah pernyataan dari narator tentang dialog selanjutnya antara pembantu A dengan ibu B. tindakan yang dilakukan oleh narator dalam tuturan ini merupakan tindakan menginformasikan yaitu termasuk jenis tindak tutur asertif. Data (1h) merupakan jenis tindak tutur direktif. Tuturan dalam data ini adalah perintah agar pembantu A mendekat pada ibu B. Data (1i) sang pembantu A menginformasikan pada ibu B bahwa dia sedang menggosok sesuatu, menginformasikan sesuatu merupakan jenis tindak tutur ilokusi asertif. Ibu B kemudian menanyakan apa yang sedang digosok pembantu A pada data (1j), tuturan

ini adalah tindakan meminta agar pembantu A menginformasikan apa yang sedang dia gosok. Pada data (1k) sang pembantu kembali mengungkapkan jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan cara menginformasikan bahwa dia sedang menggosok kupon dari pembelian kabel Kitani. Data (1l) narator menerangkan keunggulan kabel Kitani dan juga hadiah yang bisa didapatkan dengan cara menggosok kupon pembelian produknya, tuturan tersebut merupakan jenis tindak tutur asertif. Tuturan pada data (1m) sebenarnya tidak memiliki arti apa-apa, tuturan itu dilontarkan hanya untuk mengekspresikan diri. Tuturan tersebut merupakan jenis tindak tutur ilokusi ekspresif. Data (1n) adalah tindakan meminta yang dilakukan ibu b agar pembantu A menginformasikan penyebab dia berteriak, jenis tindak tutur dalam data ini adalah direktif. Data (1o) merupakan jenis tindak tutur ilokusi direktif dimana sang pembantu memohon pada ibu B untuk dapat berhenti bekerja karena. Hal tersebut dilakukan pembantu A dengan kemungkinan sekarang pembantu A sudah kaya karena mendapat hadiah dari kupon undian kabel Kitani. Tuturan pada data (1p) adalah kemarahan ibu B terhadap pembantu A karena pembantu A meminta berhenti bekerja secara mendadak, tuturan yang dilontarkan ibu B dalam data ini merupakan jenis tindak tutur ilokusi ekspresif.

Dari data 1 dapat diketahui bahwa dalam iklan Kabel Kitani terdapat 3 jenis tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan kabel Kitani adalah asertif, direktif dan ekspresif. Tindak tutur ilokusi asertif ditunjukkan oleh data (1a), (1b), (1e), (1g), (1i), (1k), (1l). Tindak tutur ilokusi direktif terdapat pada data (1c), (1d), (1f), (1h), (1j), (1n), (1o). Data (1m) dan (1p) adalah jenis tindak tutur ilokusi ekspresif. Jenis tindak tutur komisif dan deklaratif tidak terdapat dalam iklan kabel Kitani tersebut.

#### 1.4.5 Penyajian Hasil Analisis Data

Tahapan penelitian yang terakhir adalah penyajian hasil analisis data. Penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara informal. Metode informal, yaitu menggunakan kata-kata biasa, tidak berupa perumusan dengan tanda

dan lambang. Tanda dan lambang yang digunakan dalam laporan ini terbatas berupa tanda petik, kurung siku, tanda tanya, kurung biasa, dan tanda-tanda yang lain (Sudaryanto, 1992:16).

## BAB 2. KERANGKA DASAR TEORI

### 2.1 Tinjauan Pustaka

Ada beberapa penelitian (skripsi) yang relevan dengan penelitian ini yang sudah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut di antaranya berjudul “Gaya Retorik Iklan *A Mild*” yang disusun oleh Wahyu Setiawan yang membahas iklan *A Mild* dikaji dari maksim kuantitas, kualitas, hubungan dan cara. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa maksim kuantitas, kualitas, hubungan dan cara ada pada tuturan yang disampaikan oleh iklan *A Mild*.

Penelitian kedua, dilakukan Iswahyunil Choiroh dengan judul “Pemakaian Kosa Kata Asing Dalam Iklan Harian *Jawa Pos* (Kajian tentang Interferensi dan Integrasi)”. Penelitian tersebut membahas secara khusus interferensi dan integrasi yang ada dalam iklan harian *Jawa Pos*, terutama bahasa asing. Hasil penelitian tersebut adalah pemakaian kosakata asing di iklan *Jawa Pos* kategori interferensi dapat dirumuskan menjadi dua macam yaitu interferensi kata dasar dan interferensi kelompok kata atau frase. Interferensi kata dasar dan kelompok kata atau frase bertujuan untuk mempengaruhi, menggerakkan emosi dan mempertahankan prestise iklan yang ditawarkan kepada pembaca atau konsumen. Hasil penelitiannya yang kedua, pemakaian kosa kata asing di *Jawa Pos* kategori integrasi sesuai dengan kaidah ejaan yang berlaku bagi unsur serapan dan sesuai dengan pola ucapan atau penulisan. Hal ini untuk menambah pemahaman dan perbendaharaan kata para pembacanya terhadap iklan yang ditawarkan.

Penelitian berikutnya adalah skripsi dengan judul “Pemakaian Ragam Bahasa Pada Acara Radio Swasta di Jember dalam Segmen Anak Muda” yang ditulis oleh Nurcahyo (2007). Dalam skripsi tersebut dibahas tentang gejala kebahasaan terutama bahasa gaul atau bahasa ragam remaja yang dipakai dalam acara siaran radio, baik dari *request* salam maupun *request* lagu dari penelepon yang didominasi

oleh kaum remaja. Penelitian tersebut menggunakan tinjauan sosiolinguistik dengan tujuan untuk mengungkapkan bagaimana ciri leksikal dan ciri morfologis leksikal bahasa Indonesia yang digunakan anak muda dalam acara siaran radio.

Ketiga penelitian di atas berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan penulis dalam penelitian ini. Salah satu pembedanya adalah objek penelitiannya. Penelitian ini mengamati tentang tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam wacana iklan radio yang ada di Jember. Adapun kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang iklan. Selain itu, kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nurcahyo adalah sama-sama menggunakan objek dari siaran radio yang ada di Jember.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Bahasa**

Bahasa berperan sebagai alat komunikasi dalam kehidupan bermasyarakat, hal ini seperti yang dinyatakan oleh Keraff (2001:1) bahwa bahasa adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Komunikasi melalui bahasa memungkinkan untuk menyesuaikan diri dengan fisik dan lingkungan sosialnya mempelajari kebiasaan, adat istiadat, kebudayaan (latar belakang masing-masing). Menurut Wibowo (2003:3), bahasa, di dalam wacana linguistik, diberi pengertian sebagai sistem simbol bunyi bermakna dan berartikulasi (dihasilkan oleh alat ucap), yang bersifat arbitrer dan konvensional, yang dipakai sebagai alat berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pikiran.

Menurut Chaer (1994:1), bahasa adalah suatu sistem lambang bunyi yang arbitrer, digunakan oleh suatu masyarakat untuk bekerjasama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Bahasa bersifat arbitrer, artinya tidak ada hubungan mutlak antara simbol dengan referen. Bahasa bersifat simbolik, artinya bahasa terdiri atas

simbol-simbol yang memiliki arti. Para penutur suatu bahasa menggunakan simbol-simbol yang bersifat arbitrer untuk berkomunikasi dengan sesama penutur yang lain. Hal ini dapat terjadi karena penutur suatu bahasa bersama-sama mewujudkan gagasan, perasaan, dan keinginannya dalam bentuk simbol-simbol.

Pengertian bahasa secara lengkap disebutkan oleh Sapir (dalam Alwasilah, 1985:7), “*A non-instinctive method of communicating ideas, emotions, and desires, by means of voluntarily produced a symbols*”. Artinya, bahasa adalah suatu metode pengkomunikasian ide, emosi dan keinginan yang bersifat manusiawi dan bukan naluri, dengan menggunakan sistem simbol yang diproduksi secara manusuka atau arbitrer. Pendapat Sapir tersebut secara garis besar membatasi pengertian bahasa sebagai berikut; a) bahasa bersifat manusiawi, b) dipelajari, c) sistemis, d) arbitrer, e) simbolis. Bahasa bersifat manusiawi, karena hanya manusia yang memiliki sistem simbol untuk berkomunikasi. Suatu interaksi sosial akan terjadi jika ada komunikasi antar pelaku komunikasi. Bahasa bersifat *non-instinctive*, hal ini berkaitan dengan kemampuan bahasa yang perlu dipelajari. Manusia ketika dilahirkan tidak langsung mampu berbicara. Bahasa bersifat sistemis, artinya bahasa memiliki seperangkat aturan yang dikenal oleh penuturnya. Setiap bahasa memiliki aturan-aturan sendiri, karena bahasa merupakan sekumpulan aturan, pola, kaidah atau sistem.

### 2.2.2 Fungsi Bahasa

Rani *et al* (2006:157) menyatakan bahwa fungsi primer bahasa adalah alat untuk menyampaikan pesan atau makna dari penutur kepada mitra tutur. Makna dalam komunikasi tersebut diungkapkan dengan kalimat.

Pada hakikatnya bahasa adalah salah satu perwujudan reaksi manusia terhadap tantangan-tantangan yang muncul akibat adanya interaksi sosial. Di dalam interaksi sosial, bahasa memiliki fungsi-fungsi tertentu. Nababan (1986:38-44) menyatakan bahwa fungsi bahasa dibagi dalam empat kelompok, yaitu fungsi kebudayaan, kemasyarakatan, perorangan dan pendidikan.

Bahasa dalam pemakaiannya memiliki beragam fungsi seiring dengan perkembangannya. Keraf (1980:3) membagi fungsi bahasa menjadi 4 yaitu:

- 1) bahasa sebagai alat mengekspresikan diri, yaitu menyatakan secara terbuka apa yang ada dalam hati dan pikiran kita;
- 2) bahasa sebagai alat komunikasi, merupakan saluran perumusan maksud kita, melahirkan perasaan kita, dan menciptakan kerjasama dengan orang lain;
- 3) bahasa sebagai alat mengadakan integrasi dan adaptasi sosial, dengan demikian bahasa memungkinkan tiap individu berintegrasi secara sempurna dengan masyarakatnya. Dengan bahasa manusia dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya;
- 4) bahasa sebagai alat mengadakan kontrol sosial, dalam hal ini bahasa digunakan untuk mempengaruhi tingkah laku dan tindak-tanduk orang lain.

Fungsi bahasa secara umum sebagai alat komunikasi. Lubis (1993:4) mengatakan bila fungsi yang umum tersebut terinci, maka dapat dikatakan bahwa bahasa mempunyai fungsi sebagai berikut.

- 1) untuk tujuan praktis, yaitu untuk mengadakan hubungan dan pergaulan sehari-hari.
- 2) untuk tujuan artistik, artinya manusia mengolah dan mempergunakan bahasa itu dengan cara seindah-indahnya guna pemuasan rasa estetis.
- 3) untuk tujuan ilmu pengetahuan, yaitu untuk kunci mempelajari ilmu pengetahuan.
- 4) untuk tujuan filosofis, yaitu mempelajari naskah-naskah tua, menyelidiki latar belakang manusia, sejarah kebudayaan, dan adat-istiadat, serta perkembangan bahasa itu sendiri.

### 2.2.3 Wacana

Menurut Eriyanto (2001:3), dalam pengertian linguistik, wacana adalah unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Analisis wacana dalam studi linguistik ini merupakan reaksi dari bentuk linguistik formal yang lebih memperhatikan pada unit

kata, frase, atau kalimat semata tanpa melihat keterkaitan di antara unsur tersebut. Lebih lanjut, Eriyanto (2001:5) menyatakan bahwa analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Wacana adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan.

Para ahli bahasa telah menyepakati bahwa wacana merupakan satuan bahasa yang paling besar yang digunakan dalam komunikasi. Satuan-satuan bahasa yang ada di bawahnya secara berurutan adalah kalimat, frase, kata dan bunyi. Wacana terbentuk karena rangkaian bunyi membentuk kata, rangkaian kata membentuk frase, rangkaian frase membentuk kalimat dan yang selanjutnya rangkaian kalimat membentuk wacana.

Wacana dapat terjadi apabila dalam situasi tutur terdapat penutur atau penyapa (*addressor*) dan petutur atau pesapa (*addressee*). Dalam wacana lisan, penutur adalah pembicara sedangkan petutur adalah pendengar atau penyimak. Dalam wacana tulis, penutur adalah penulis sedangkan petutur adalah pembaca. Dalam sebuah wacana, harus ada unsur penyapa dan pesapa. Menurut Rani *et al.* (2006:4) tanpa adanya kedua unsur itu, tidak akan terbentuk suatu wacana.

Wacana sebagai satuan lingual dibentuk oleh beberapa komponen yang berupa kalimat-kalimat. Kalimat-kalimat itu tidak berdiri sendiri secara lepas tetapi mereka secara bersama-sama membentuk satu kesatuan. Jadi, komponen terkecil dari wacana adalah kalimat dan komponen terbesarnya adalah paragraf atau karangan yang utuh. Di dalam struktur wacana, kalimat pertama menyebabkan timbulnya kalimat kedua, kalimat kedua menjadi acuan kalimat ketiga, kalimat ketiga mengacu ke kalimat pertama, dan seterusnya. Rentetan kalimat yang berkaitan yang menghubungkan proposisi satu dengan proposisi yang lain itu membentuk kesatuan yang dinamakan wacana. Sosok wacana yang lazim berupa karangan atau teks, dialog, atau monolog. Namun, dalam konteks atau situasi tertentu ada beberapa wacana yang sosoknya berupa kalimat tunggal atau berupa ungkapan frasal atau kata



saja. Hal ini dimungkinkan karena faktor situasi dapat membantu pemahaman makna wacana tersebut.

#### 2.2.4 Tindak Tutur

Rani *et al* (2006:159) menyatakan bahwa tindak tutur dalam ujaran suatu kalimat merupakan penentu makna kalimat itu. Namun, makna suatu kalimat tidak ditentukan oleh satu-satunya tindak tutur seperti yang berlaku dalam kalimat yang sedang diujarkan itu, tetapi selalu dalam prinsip adanya kemungkinan untuk menyatakan secara tepat apa yang dimaksudkan oleh penuturnya. Hal ini memungkinkan dalam setiap tindak tutur, penutur menuturkan kalimat yang unik karena dia berusaha menyesuaikan ujaran dengan konteksnya.

Chaer (1995:65) mengemukakan bahwa tindak tutur merupakan gejala individual bersifat psikologi dan keberlangsungannya ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu.

Tindak tutur atau tindak ujar mempunyai kedudukan penting di dalam pragmatik karena ia adalah salah satu satuan analisisnya. Austin dalam bukunya *How to Do Things with Words*, mengatakan bahwa mengujarkan sebuah kalimat tertentu dapat dilihat sebagai melakukan tindakan, di samping memang, mengujarkan kalimat itu (Wijana, 23:1996).

Austin, dalam (Leech, 1993:316) melihat adanya tiga jenis tindak ujar, yaitu, tindak lokusi (melakukan tindakan mengatakan sesuatu), tindak ilokusi (melakukan tindakan dalam mengatakan sesuatu), dan tindak perlokusi (melakukan tindakan dengan mengatakan sesuatu). Berikut ini akan diuraikan apakah yang dimaksud dengan ketiga tindak ujar tersebut.

##### a) Tindak Lokusi

Tindak lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu. Tindak tutur ini disebut sebagai "*The act of saying something*". Austin (dalam Wibisono, 1991:17) mengemukakan bahwa tindak lokusi sebagai salah satu jenis tindak bahasa yang tidak

disertai tanggung jawab bagi penuturnya untuk melakukan isi tuturannya, lebih umum sifatnya jika dibandingkan dengan jenis tindak bahasa yang lain. Dalam tindak lokusi seorang penutur mengatakan sesuatu secara pasti, gaya bahasa si penutur langsung dihubungkan dengan sesuatu yang diutamakan dalam isi tuturan. Dengan demikian, sesuatu yang diutamakan dalam tindak bahasa lokusi adalah isi tuturan yang diungkapkan oleh penutur. Dalam kaitannya ini, Austin (1978:101) memberikan contoh tindak lokusi sebagai berikut.

(1) He said me, “shoot her”

(Ia mengatakan kepada saya, “tembaklah dia”)

Melalui ucapan *tembaklah* kita dapat menentukan bahwa tindakan yang dilakukan oleh kalimat (1) tersebut mengarah pada orang ketiga. Dalam kalimat tersebut tidak ada keharusan bagi *saya* (penutur) untuk melaksanakan isi tuturan itu, yaitu “menembak dia”. Artinya tindak lokusi ini tidak mencerminkan tanggung jawab si penutur untuk melaksanakan isi tuturannya. Tindak lokusi ini lebih menekankan gaya bicara penutur dalam mengungkapkan sesuatu dan tidak mengandaikan situasi tertentu yang menjamin atau mengharuskan penutur untuk melaksanakan isi tuturannya, meskipun terdapat sesuatu yang diutamakan dalam isi tuturan, yaitu *tembaklah dia*, namun tidak berarti bahwa si penutur benar-benar telah, sedang, atau akan melaksanakan isi tuturan.

Tindak lokusi tidak mencerminkan tanggung jawab si penutur untuk melaksanakan isi tuturannya. Namun, tindak bahasa ini merupakan dasar bagi dilakukannya tindak bahasa yang lain, lebih-lebih terhadap tindak ilokusi (Austin, 1978:138-140). Kita lihat contoh kalimat dan wacana berikut:

- a. Ikan paus adalah binatang menyusui.
- b. Guna memberikan pelayanan penggunaan Bahasa Indonesia, Fakultas Sastra UGM baru-baru ini menyelenggarakan Lokakarya Pelayanan Bahasa Indonesia.

Kalimat (a) diutarakan penuturnya semata-mata untuk menginformasikan sesuatu tanpa tendensi untuk melakukan sesuatu, apalagi untuk mempengaruhi lawan tuturnya. Wacana (b) diutarakan untuk menginformasikan sesuatu yakni kegiatan

yang dilakukan Fakultas Sastra UGM. Dalam hal ini memang tidak tertutup kemungkinan terdapatnya daya ilokusi dan perlokusi dalam wacana tersebut, namun kadar daya lokusinya jauh lebih menonjol.

b) Tindak Ilokusi

Tindak ilokusi adalah tindak tutur untuk melakukan sesuatu. Tindak ilokusi ini disebut sebagai "*The act of doing something*".

Dalam hubungannya dengan tindak bahasa ilokusi ini, Austin mengatakan bahwa tindak ilokusi adalah aktivitas bertutur kalimat yang disertai tanggung jawab bagi si penuturnya untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Dari keterangan ini dapat disimpulkan bahwa yang dipentingkan dalam tindak bahasa ilokusi adalah tanggung jawab si penutur untuk melakukan suatu tindakan sehubungan dengan sesuatu yang dituturkannya. Dalam tindak tutur ilokusi didapatkan sesuatu daya atau kekuatan (*force*) yang mewajibkan bagi si penuturnya untuk melakukan sesuatu tindakan tertentu.

Daya ilokusi merupakan daya yang dimiliki oleh suatu ujaran yang dapat menjadikan komunikasi efektif. Daya ilokusi diperlukan melalui seperangkat implikatur. Implikatur adalah proposisi yang disampaikan dari: (1) makna tuturan, (2) asumsi bahwa penutur mentaati prinsip dan maksim komunikasi interpersonal, dan (3) pengetahuan mengetahui konteks (Leech, 1993:243).

Ditinjau dari bentuk tuturannya, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan daya ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah daya ilokusi yang muncul dalam pesan yang disampaikan penutur kepada lawan tutur secara langsung tanpa dialog. Daya ilokusi tidak langsung adalah daya ilokusi yang muncul dalam dialog, penutur menyampaikan pesannya secara tidak langsung kepada petutur tetapi melalui dialog yang digunakan. Ditinjau dari jenisnya daya ilokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lain-lain (Lubis, 1993:10).

Leech (1993:162) menyatakan, berdasarkan hubungan tindak ilokusi dengan tujuan sosial dalam menentukan dan memelihara serta mempertahankan rasa hormat dan perilaku sopan santun, fungsi-fungsi tindak tutur dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu:

- (1) kompetitif (*competitive*), tujuan tindak ilokusi bersaing dengan tujuan sosial, misalnya memerintah, meminta, menuntut, mengemis dan sebagainya;
- (2) konvivial (*convivial*), berarti menyenangkan, tujuan tindak ilokusi sejalan dengan tujuan sosial misalnya menawarkan, mengajak, mengundang, menyapa, mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat, memohon, menyarankan, dan sebagainya;
- (3) kolaboratif (*colaboratif*), berarti bekerja sama, tujuan tindak ilokusi tidak menghiraukan tujuan sosial atau berbasa-basi dengan tujuan sosial, misalnya melaporkan, menuntut, mengumumkan, mengajarkan, menginstruksikan, dan sebagainya;
- (4) konflikatif (*conflictive*), berarti bertentangan, tujuan tindak ilokusi bertentangan dengan tujuan sosial, misalnya mengancam, menuduh, memaksa, memarahi, menyumpahi, mengutuk, mencerca, menegur, menghormati, dan sebagainya;

Rani *et al* (2006:161) menyatakan bahwa, secara khusus, Searle (1980) mendeskripsikan tindak ilokusi ke dalam lima jenis tindak tutur. Lima jenis tindak tutur tersebut yaitu:

- (1) *asertif* atau *representatif* ialah tindak tutur yang menjelaskan apa dan bagaimana sesuatu itu adanya, dan sebagainya.  
Verba asertif mengacu pada suatu proposisi: menguatkan, menduga, menegaskan, meramalkan, memprediksi, mengumumkan, mendesak.
- (2) *komisif* adalah tindak tutur yang mendorong penutur melakukan sesuatu, misalnya bersumpah, berjanji, mengusulkan.

Verba komisif mengacu pada menawarkan, berjanji, bersumpah, menawarkan diri, berkaul.

- (3) *direktif* ialah tindak tutur yang berfungsi mendorong pendengar melakukan sesuatu, misalnya menyuruh, meminta, menasehati.

Verba direktif mengacu pada meminta, meminta dengan sangat, memohon dengan sangat, memberi perintah, menuntut, melarang, menganjurkan, memohon.

- (4) *ekspresif* yaitu tindak tutur yang menyangkut perasaan dan sikap, misalnya berupa tindakan meminta maaf, berterima kasih, menyampaikan ucapan selamat, memuji, menyatakan belasungkawa, mengkritik; tindakan ini berfungsi untuk mengekspresikan diri dan mengungkapkan sikap psikologis penutur terhadap mitra tutur.

Verba ekspresif mengacu pada frasa nomina yang abstrak, misalnya meminta maaf, merasa ikut bersimpati, mengucapkan selamat, memaafkan, mengucapkan terima kasih.

- (5) *deklarasi*, yakni tindak tutur yang menghubungkan isi proposisi dengan realitas yang sebenarnya, misalnya membaptis, menghukum, menetapkan, memecat, memberi nama, dan sebagainya.

Verba deklaratif adalah verba yang ada kaitannya dengan deklarasi, misalnya menunda, memveto, menjatuhkan hukuman, membaptis.

Lebih lanjut Leech (1993:327) menjelaskan ciri-ciri sintaktik verba ilokusi sesuai dengan teori yang telah disampaikan oleh Searle.

1. VERBA ASERTIF biasanya dipakai dalam konstruksi 's VERB (...) that X', dengan *S* sebagai subjek (mengacu pada penutur), dan 'that X' mengacu pada suatu proposisi: misalnya *affirm* (menguatkan), *allege* (menduga), *assert* (menegaskan), *forecast* (meramalkan), *predict* (memprediksi), *announce* (mengumumkan), *insist* (mendesak).

2. VERBA DIREKTIF biasanya terjadi dalam konstruksi ‘S VERB (O) that X’ atau ‘S VERB O to Y’, dengan S sebagai subjek dan O sebagai Objek (masing-masing mengacu pada  $n_2$  dan  $t_2$ ) dan ‘that X’ merupakan kelas *that* yang nonindikatif, dan ‘to Y’ adalah klausa infinitif; misalnya *ask* (meminta), *beg* (meminta dengan sangat), *bid* (memohon dengan sangat), *command* (memberi perintah), *demand* (menuntut), *forbid* (melarang), *recommend* (menganjurkan), *request* (memohon). Berbeda dengan klausa-*that* yang mengikuti verba asertif, klausa-*that* yang nonindikatif ini mengandung subjungtif atau *modal* seperti *should*, dan bukan pada suatu proposisi; misalnya, *We requested that the ban (should) be lifted* (Kami memohon agar larangan itu dihapus).
3. VERBA KOMISIF biasanya dijumpai dalam konstruksi ‘S VERB that X’ (dengan klausa-*that* yang nonindikatif), atau ‘S VERB to Y, dengan ‘to Y’ juga sebagai konstruksi infinitif; misalnya, *offer* (menawarkan), *promise* (berjanji), *swear* (bersumpah), *volunteer* (menawarkan diri), *vow* (berkaul). Verba komisif yang relatif sedikit jumlahnya, mirip dengan verba direktif dalam hal memiliki komplemen (complementizer) yang nonindikatif (klausa-*that* dan klausa infinitif) yang mengacu pada aspek waktu yang lebih kemudian daripada aspek waktu verba utama. Karena itu bisa dibenarkan bila verba-verba direktif, dan komisif digabung menjadi satu ‘superkelas’.
4. VERBA EKSPRESIF biasanya dijumpai dalam konstruksi ‘S VERB (prep) (O) (prep) Xn’, dengan ‘(prep)’ sebagai preposisi pilihan, dan Xn sebagai frasa nomina yang abstrak atau frasa gerundif; misalnya, *apologize* (minta maaf), *commiserate* (merasa ikut bersimpati), *congratulate* (mengucapkan selamat), *pardon* (memaafkan), *thank* (mengucapkan terima kasih).

c) Tindak Perlokusi

Austin (dalam Wibisono, 1991:21) menyatakan bahwa mengatakan sesuatu sering menimbulkan pengaruh yang pasti terhadap perasaan, pikiran dan perilaku si

pendengar pernyataan itu. Implikasi tindak mengatakan sesuatu atau tindak ilokusi terhadap si pendengarnya inilah yang disebut sebagai tindak perlokusi itu. Tujuan tertentu yang dirancang oleh si penutur dalam isi tuturannya merupakan ciri khas dari tindak bahasa perlokusi.

Tindak perlokusi adalah tindak tutur untuk mempengaruhi atau untuk mendapatkan efek bagi yang mendengarkan. Efek atau pengaruh itu dapat secara sengaja atau tidak sengaja dikreasikan oleh penuturnya. Tindak tutur ini disebut “*The act of affecting someone*”. Contoh:

- a. Rumahnya jauh.
- b. Kemarin saya sangat sibuk.

Bila kalimat (a) diutarakan seseorang kepada ketua organisasi, maka efek perlokusinya yang mungkin diharapkan agar ketua tidak terlalu memberikan banyak tugas kepadanya karena rumahnya jauh. Bila kalimat (b) diutarakan oleh penutur pada temannya yang tidak dapat menghadiri undangan rapat kepada orang yang mengundangnya, kalimat ini merupakan permohonan agar yang mengundang memakluminya (sebagai efek perlokusi).

#### 2.2.5 Peristiwa Tutur

Suwito (1983:33) mengemukakan bahwa peristiwa tutur (*speech event*) merupakan gejala sosial, terdapat interaksi antarpenerutur dalam situasi tertentu dan tempat tertentu, maka tindak tutur (*speech acts*) lebih cenderung pada gejala individual, bersifat psikologis dan ditentukan oleh kemampuan bahasa penutur dalam menghadapi situasi tertentu. Dalam peristiwa tutur, orang menitikberatkan pada tujuan peristiwanya.

Hymes (dalam Rani *et al*, 2006:195) menyatakan bahwa peristiwa tutur sangat erat hubungannya dengan latar peristiwa, dalam pengertian suatu peristiwa tutur tertentu akan terjadi dalam konteks situasi tertentu. Sesuai dengan konteks situasinya, suatu peristiwa tutur mungkin akan lebih tepat diartikan dengan bahasa

yang satu sedangkan peristiwa tutur yang lain lebih cocok diartikan dengan bahasa yang lain.

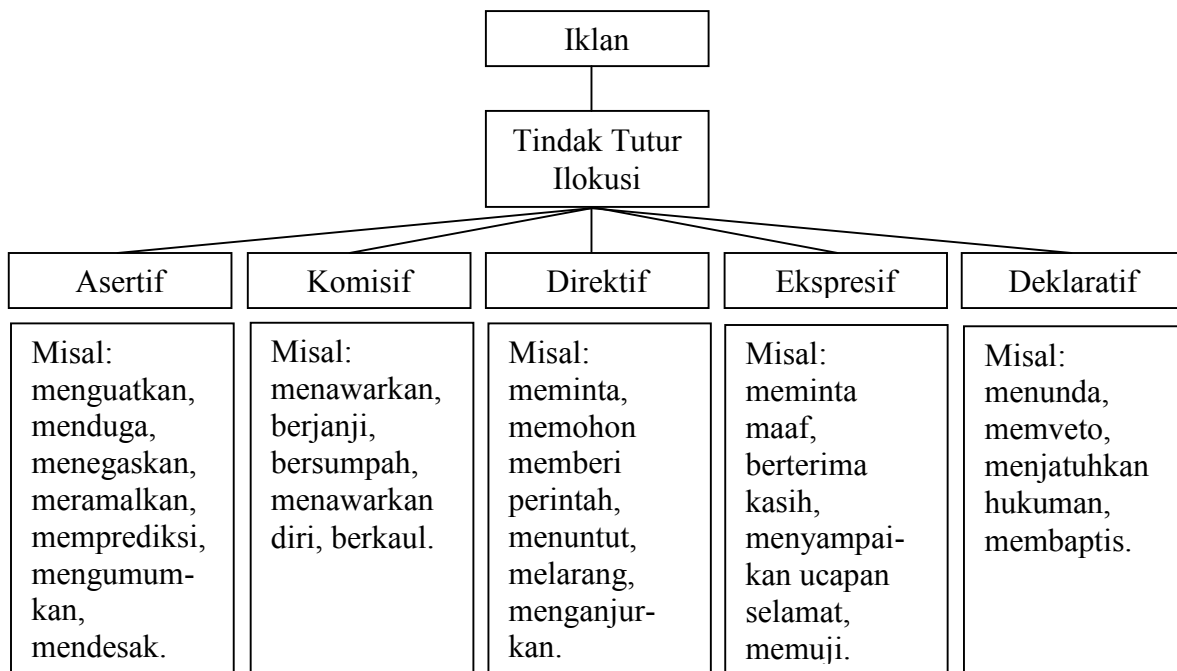
Hymes (dalam Suwito, 1983:32-33) menyatakan bahwa ada beberapa faktor penentu terjadinya peristiwa tutur, yaitu melalui akronim **SPEAKING**. Tiap fonem mewakili faktor penentu yang dimaksud.

- (1) S: *setting and scene*, yaitu latar dan suasana. Latar (*setting*) lebih bersifat fisik, yang meliputi tempat dan waktu terjadinya tuturan. Sementara *scene*, adalah latar psikis yang lebih mengacu pada suasana psikologis yang menyertai peristiwa tuturan.
- (2) P: *participants*, peserta tuturan, yaitu orang-orang yang terlibat dalam pertuturan, baik langsung maupun tidak langsung. Hal-hal yang berkaitan dengan partisipan, seperti usia, pendidikan, latar sosial dan sebagainya juga menjadi perhatian.
- (3) E: *ends*, hasil, yaitu hasil atau tanggapan dari suatu pembicaraan yang memang diharapkan oleh penutur (*ends as outcomes*), dan tujuan akhir pembicaraan itu sendiri (*ends in view goals*).
- (4) A: *act sequences*, pesan atau amanat, terdiri atas bentuk pesan (*message form*) dan isi pesan (*message content*) yang digunakan oleh penutur.
- (5) K: *key*, meliputi cara, nada, sikap, atau semangat dalam menyampaikan pesan. Semangat menyampaikan pesan, misalnya dengan serius, santai, akrab, sombong, rendah hati, angkuh, atau dengan cara yang lain.
- (6) I: *instrumentalis* atau sarana. Maksudnya dengan media apa komunikasi itu disampaikan, seperti cara lisan, tertulis, isyarat, surat dan radio.
- (7) N: *norms* atau norma, yaitu menunjuk pada norma atau aturan dalam berinteraksi. Misalnya, apa yang boleh dibicarakan dan tidak, bagaimana cara membicarakannya, halus, kasar, terbuka, dan jorok.



- (8) G: *genre* atau jenis, yaitu jenis atau bentuk wacana. Hal ini langsung menunjuk pada jenis wacana yang disampaikan, misalnya: wacana telepon, koran, puisi, prosa, ceramah dan doa.

Bagan:



## BAB 3. PEMBAHASAN

### 3.1 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Asertif dalam Iklan Radio di Jember

Untuk mengetahui realisasi tindak tutur ilokusi verba asertif dalam wacana iklan radio di Jember kita perhatikan kutipan data berikut.

Data (1) Iklan Kabel Kitani

- a. Pembantu : Listrik nyah.
- b. Ibu : Kebakaran ini kebakaran.
- c. Pembantu : Makanya nyah coba pake kabel Kitani
- d. Ibu : Kitani?
- e. Pembantu : Ho'o udah kabelnya awet, kualitasnya bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Jadi terjamin aman dan bisa nyegah kebakaran. mudeng ora nyah?
- f. Ibu : Halah, malah ceramah. Udah beliin sana kabel Kitaninya.
- g. Narator : Beberapa waktu kemudian.
- h. Ibu : Nem, inem.
- i. Pembantu : Lagi nggosok nyah. Waaa...
- j. Ibu : Lah dalah lagi nggosok.. nggosok apa kamu ini? hah hah.
- k. Pembantu : Ini nyah lagi nggosok kupon dari kemasan kabel Kitani nyah. Saya dapat uang tunai nyah.
- l. Narator : Terang aja kabel Kitani. kabelnya berkualitas, kejutannya bikin puas. Temukan kupon dalam kemasan kabel, gosok dan menangkan hadiah total ratusan juta rupiah tanpa diundi. Cegah kebakaran dengan kabel Kitani, gosok dan menangkan.
- m. Pembantu : Waa...
- n. Ibu : Apa lagi sih kamu heh?
- o. Pembantu : Maaf nyah, nyah besok saya berhenti kerja aja ya nyah ya.
- p. Ibu : Hah kurangajar kamu!

Konteks:

Percakapan antara pembantu A dengan ibu B tentang kebakaran yang disebabkan oleh listrik. Untuk mencegah hal itu terjadi sang pembantu A menyarankan ibu B untuk menggunakan kabel Kitani yang dijamin aman dan dapat mencegah kebakaran.

Iklan kabel Kitani adalah iklan produk barang. Kabel Kitani merupakan kabel berkualitas yang bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Kabel Kitani dijamin awet, aman dan dapat mencegah kebakaran. Wacana iklan kabel Kitani merupakan wacana dialog antara pembantu A dengan ibu B.

Tuturan pada data (1a) adalah tindakan menginformasikan, tuturan pada data (1a) adalah jenis tindak tutur asertif yang ditunjukkan dengan *listrik nyah* yang merupakan pelaporan. Kemudian tuturan pada data (1b) juga merupakan tindakan menginformasikan, pada data (1b) ibu B mengungkapkan pernyataan bahwa hal tersebut dapat menyebabkan kebakaran, pernyataan tersebut merupakan jenis tindak tutur asertif. Data (1e) merupakan jenis tindak tutur asertif, pembantu A menjelaskan kualitas dan jaminan dari kabel Kitani. Data (1g) adalah pernyataan dari narator tentang dialog selanjutnya antara pembantu A dengan ibu B. tindakan yang dilakukan oleh narator dalam tuturan ini merupakan tindakan menginformasikan yaitu termasuk jenis tindak tutur asertif. Data (1i) sang pembantu A menginformasikan pada ibu B bahwa dia sedang menggosok sesuatu, menginformasikan sesuatu merupakan jenis tindak tutur ilokusi asertif. Pada data (1k) sang pembantu kembali mengungkapkan jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan cara menginformasikan bahwa dia sedang menggosok kupon dari pembelian kabel Kitani. Data (1l) narator menerangkan keunggulan kabel Kitani dan juga hadiah yang bisa didapatkan dengan cara menggosok kupon pembelian produknya, tuturan tersebut merupakan jenis tindak tutur asertif.

#### Data (2) Iklan Aiso

- a. Ibu : Beberapa hari ini BAB ku ndak lancar pak.
- b. Bapak : Waduh, itu berbahaya bune,  
kalo nggak lancar itu sama saja dengan  
menumpuk racun diperutnya bune.
- c. Ibu : lha terus?
- d. Bapak : Ini, segera minum Aiso.
- e. Narator : Aiso minuman segar melangsingkan  
baik untuk pria maupun wanita

tua maupun muda juga oke  
rasanya enak dan menyegarkan

Dibuat dari bahan-bahan alami herbal  
yang berkhasiat, bebas pengawet  
membuat Aiso aman diminum setiap hari

Selain melancarkan buang air besar,  
menyusutkan perut,  
Aiso juga mampu menghambat penyerapan  
lemak makanan dalam usus  
serta meluruhkan dan mengeluarkan  
kelebihan lemak dalam tubuh secara langsung.

Aiso juga sangat efektif  
menurunkan kadar kolesterol dalam darah  
serta mencegah timbulnya jerawat

Aiso minuman sehat khasiat hebat

Aiso produk bermutu dari Afis

#### Konteks:

Percakapan antara ibu dan bapak, sang ibu mengeluh tentang BAB-nya yang tidak lancar. Menurut sang bapak BAB yang tidak lancar sama saja dengan menumpuk racun dan bisa menyebabkan penyakit, oleh sebab itu sang bapak memerintah ibu agar segera minum Aiso untuk melancarkan BAB-nya kembali.

Iklan Aiso merupakan iklan produk obat yang khasiat utamanya adalah melancarkan buang air besar atau biasa disingkat BAB. Selain melancarkan BAB Aiso juga dapat melangsingkan tubuh, menurunkan kadar kolesterol dalam darah serta mencegah timbulnya jerawat.

Tuturan sang ibu pada data (2a) merupakan tindak tutur ilokusi asertif, sang ibu menginformasikan pada bapak bahwa BAB-nya tidak lancar. Bapak kemudian menimpalnya dengan tindak tutur verba asertif juga pada data (2b) dengan menginformasikan bahwa hal tersebut bisa menyebabkan racun menumpuk didalam tubuh sang ibu yang berarti bisa menyebabkan penyakit. Data (2e) merupakan

informasi yang disampaikan oleh narator tentang berbagai khasiat dari Aiso, ini termasuk dalam tindak tutur ilokusi asertif.

### Data (3) Iklan Ciptadent

- a. Anak : Hi, lihat bu gigiku dah bersih nih.
- b. Ibu : Wah
- c. Anak : Lubang ga berani serang gigiku.  
Terus nafasku juga udah segar kan?  
Pakai Ciptadent micro active foam dengan cylitol sih.  
Waktunya unjuk gigi deh.
- d. Ibu : Benar, anak Ciptadent harus berani unjuk gigi.  
Kan seperti lagu kesukaan kamu ini.
- e. Lagu : gigiku gigimu kuat  
gusiku gusimu sehat  
nafasku nafasmu segar  
semua karena Ciptadent micro active foam  
micro active foam tuntas bersihkan gigi sampai ke sela-sela  
ciptadent micro active foam berani unjuk gigi tanpa malu-malu
- f. Anak : Iya bu, aku pasti rajin deh pake Ciptadent micro active foam  
dengan cylitol biar berani unjuk gigi tanpa malu-malu.
- g. Narator : Ciptadent micro active foam dengan cylitol  
inovasi Lion Jepang.

### Konteks:

Percakapan antara ibu dan anak tentang gigi yang kuat dan sehat serta tentang pasta gigi Ciptadent micro active foam dengan cylitol yang bermanfaat untuk membersihkan gigi hingga ke sela-sela gigi.

Iklan Ciptadent micro active foam merupakan iklan produk pasta gigi yang mengandung cylitol yang berfungsi untuk menguatkan gigi, menyehatkan gusi serta menyegarkan nafas. Ciptadent micro active foam membuat anak berani unjuk gigi tanpa malu-malu.

Data (3a) merupakan informasi yang disampaikan sang anak pada ibunya tentang kondisi giginya yang sudah dibersihkan, tindakan ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Sang anak menginformasikan bahwa lubang tidak berani menyerang giginya karena dia pakai Ciptadent micro active foam, data (3c) merupakan tindak

tutur ilokusi asertif. Sang ibu menegaskan bahwa sang anak harus berani unjuk gigi, data (3d) tersebut merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Data (3e) merupakan lagu narasi yang berisi informasi tentang kemampuan Ciptadent micro active foam serta manfaatnya. Data (3e) merupakan tindak tutur asertif. Pada data (3g) narator menginformasikan produsen dari Ciptadent micro active foam, tindakan ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif.

#### Data (4) Iklan Marina

- a. Sutradara : Action  
cut cut, loh loh loh kok malah salaman?  
haduh, kamu kenapa sih?
- b. Aktor : eh iya, aduh maaf.  
Anu, dayang-dayangnya kulitnya mulus halus dan lembut sih.
- c. Narator : Tentu saja kulitnya halus dan lembut  
kan udah pake Marina *natural protection*  
ekstrak apelnya sebagai antioksidan  
cocok untuk aktifitas diluar ruangan
- d. Sutradara : Oke syuting dimulai lagi.  
Siap, kamera roll, action, cut.
- e. Sutradara : kok malah semua pada salaman pada sang putri dan dayang-  
dayangnya sih? aduh, udah deh break break.
- f. Narator : Ya jelas aja, kan semua sudah pakai Marina  
*natural protection hand body lotion*.  
Coba juga varian lainnya  
nourishing, softening dan moisturising  
yang sesuai dengan kebutuhan kulitmu
- g. Lagu : Marina natural, lebih dari sekedar body lotion.

#### Konteks:

Percakapan antara sutradara dan aktor disaat sedang syuting. Sang sutradara sering dibuat kecewa dengan tindakan aktor yang sering kali bertindak tidak sesuai dengan keinginan sang sutradara. Tindakan sang aktor disebabkan karena ketakjuban dirinya terhadap lawan mainnya yang berkulit halus dan lembut. Kulit yang halus dan lembut dari lawan main sang aktor disebabkan karena menggunakan Marina *natural protection hand and body lotion*.

Iklan Marina *hand and body lotion* merupakan iklan produk barang berupa pelembab dan pelembut kulit. Marina *natural protection hand and body lotion*

mengandung ekstrak buah apel yang berfungsi sebagai antioksidan bagi kulit. Marina *hand and body lotion* terdiri atas beberapa varian selain *natural protection*, beberapa diantaranya adalah *nourishing, softening dan moisturising*.

Pada data (4c) sang narator menginformasikan tentang Marina *natural protection*. Menginformasikan termasuk tindak ilokusi verba asertif. Data (4e) merupakan informasi dari narator tentang berbagai jenis produk *Marina hand and body lotion*, ini termasuk tindak tutur ilokusi asertif. Lagu narasi sekaligus penutup iklan pada data (4f) merupakan tindak tutur asertif, yaitu tindakan menginformasikan.

#### Data (5) Iklan IM3

- a. Wanita A : Kemaren gue ketemu cowok gue jalan sama cewek lain.
- b. Wanita B : ya ampyun, iya?
- c. Wanita A : langsung gue telfon aja pake IM3.  
eh cewek baru loe oke juga, berarti kita bisa putus ya?
- d. Wanita B : *ngegroove* banget.
- e. Wanita A : abis
- f. Wanita B : reaksinya gimana?
- g. Wanita A : mengkerut, kaya baju belum disetrika.
- h. Pria C : gue pengen banget nonton konser rocker pujaan gue sob,  
tapi tiketnya abis.
- i. Pria D : oh iya tu, emang *sold out*.
- j. Pria C : gue bikin aja pentas sendiri, sms-in temen-temen  
dan posting invitation di internet lewat IM3,  
terus bareng-bareng kita puter tu lagu keras-keras.  
*ngegroove* sob.
- k. Pria D : eh nyokap lu gimana?
- l. Pria C : ngungsi ke rumah nenek gue  
haha..
- m. Narator : its time to *groove*.  
apapun gaya *ngegroove* lo  
IM3 *groove* punya semua yang lo mau  
nelfon, sms dan internetan  
cukup satu buat *ngegroove* seru.
- n. Narator : makanya pake IM3.
- o. Pria C : weekend-an ini *ngegroove* bareng gue aja
- p. A-D : *ngegroove* bareng, pasti mau lah.

Konteks:

Percakapan muda-mudi tentang IM3 yang *ngegroove* banget. Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan IM3 setiap permasalahan yang mereka hadapi berubah menjadi hal-hal yang menyenangkan.

Iklan IM3 adalah iklan kartu pra-bayar operator telekomunikasi yang ada di Indonesia. IM3 merupakan salah satu produk dari Indosat selain Mentari dan Matrix.

Data (5a) merupakan tindakan menginformasikan yang dilakukan wanita A kepada wanita B, hal tersebut termasuk tindak tutur ilokusi asertif. Pada data (5c) si wanita A memberikan informasi tambahan kepada wanita B, tindakan ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Wanita A menegaskan pernyataan wanita B (data 5e), tindakan ini adalah tindak tutur ilokusi asertif. Wanita A menginformasikan sesuatu pada data (5g), hal ini merupakan tindak tutur ilokusi verba asertif. Pria D menginformasikan bahwa tiket konser sudah habis (data 5i), tindakan ini adalah tindak tutur ilokusi verba asertif. Pada data (5j) pria C menginformasikan bahwa pada akhirnya dia membuat pentas sendiri bersama teman-temannya, tindakan menginformasikan ini adalah tindak tutur ilokusi verba asertif. Pria D menjelaskan bahwa ibunya mengungsi ke rumah neneknya (data 5l), ini merupakan tindak tutur ilokusi verba asertif. Data (5m) narator menginformasikan tentang IM3 yang *ngegroove*, tindakan ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Data (5p) semua teman-teman menegaskan bahwa mereka mau bergabung dengan pria C di akhir pekan, ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif.

Data (6) Iklan Absolut Revo

- a. Ibu : wong udah punya Revo lha kok milih Revo lagi.  
nggak mau ngalah sama anaknya.
- b. Bapak : lho tapi ini Revo baru dengan mesin 110cc  
tekonologi EFT, lebih bertenaga, tapi lebih irit.
- c. Ibu : Revo yang punya tole kan juga irit, apa bedanya?
- d. Bapak : coba lihat ya, desain lampunya baru,  
speedometranya modern dan lengkap, desain 3 dimensinya  
wow keren.  
dan satu lagi sistem kunci otomatisnya kini bisa kelihatan saat  
malam hari. Mak jreng gitu.



- e. Ibu : wah makin bagus ya  
pasti harganya juga makin...
- f. Bapak : tenang, harga tetap terjangkau.  
apalagi Revo baru ini ada 3 tipe  
velg jari-jari, velg racing dan tipe deluxe  
jadi tinggal pilih yang sesuai kebutuhan dan kantong kita.
- g. Narator : dapatkan Absolute Revo 110 your powerful style  
di MPM Motor, dealer dan bengkel resmi honda.  
Jalan Diponegoro kavling 42-45 kompleks Mutiara Plaza  
Jember.  
Di MPM Motor Panjaitan Jember atau  
di MPM Motor Kalisat, Wuluhan, Puger dan Jenggawah.
- h. Ibu : kalo gitu bapak yang warnanya merah, aku pilih yang ini.
- i. Bapak : lha kok malah ibunya yang ndak mau ngalah?
- j. Narator : beli honda lebih baik di MPM Motor.

Konteks:

Percakapan antara bapak dan ibu tentang sepeda motor Revo. Sang bapak menjelaskan bahwa Absolute Revo yang baru menggunakan mesin 110cc, lebih bertenaga dan lebih irit.

Iklan Absolute Revo adalah iklan tentang sepeda motor produksi Astra Honda Motor. Absolute Revo menggunakan mesin 110 cc, berbeda dengan Revo terdahulu yang hanya menggunakan mesin 100 cc. Absolute Revo. Absolute Revo memiliki desain baru yang 3 dimensi, memiliki desain lampu yang baru dan indikator pengukur kecepatan yang modern dan lebih lengkap.

Data (6a) merupakan tindak tutur ilokusi asertif, sang ibu menduga bapak tidak mau mengalah dengan anaknya. Sang bapak mengungkapkan alasan kenapa dia memilih Absolut Revo pada data (6b), hal tersebut merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Pada data (6d) bapak menjelaskan kelebihan dari Absolute Revo, tindakan ini merupakan tindak ilokusi verba asertif. Pada data (6e) sang ibu menguatkan pendapat bapak tentang kelebihan dari Absolute Revo, hal tersebut merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Data (6f) merupakan informasi yang disampaikan oleh bapak sehubungan dengan tipe-tipe Absolute Revo, ini termasuk tindak tutur ilokusi asertif.

Narator menginformasikan dimana Honda Absolute Revo bisa didapatkan atau dibeli (pada data 6g) ini merupakan tindak tutur asertif, yaitu tindakan menginformasikan. Pada data (6i) bapak menduga ibu tidak mau mengalah, hal ini merupakan tindak ilokusi verba asertif.

#### Data (7) Iklan Tiket Kereta Api

- a. Pria A : Buntu...
- b. Wanita B : ih kamu ini ternyata tel-im ya, alias telat informasi. kamu aku kasih tau ya, pemesanan tiket kereta api udah online lho.  
jadi, tiket bisa dipesan 30 hari sebelum keberangkatan.
- c. Pria A : kalo ke jurusan kota lain apa bisa ya?
- d. Wanita B : bisa dong.  
khusus bagi penumpang kereta api mutiara timur siang dan mutiara timur malam tujuan Surabaya dapat bersambung dengan kereta api jurusan Jakarta atau Bandung Wan.
- e. Pria A : kalo ke arah timur bagaimana?
- f. Wanita B : sama aja, penumpang tujuan Banyuwangi dapat bersambung pula dengan bus kereta api jurusan Denpasar.  
mudah kan?
- g. Narator : nikmati layanan jasa transportasi ke berbagai kota tujuan bersama kereta api. PT. Kereta Api Indonesia telah menyiapkan fasilitas khusus bagi penumpang kelas eksekutif, bisnis dan ekonomi. untuk penumpang rombongan akan diberikan tarif khusus, sementara untuk penumpang kelas ekonomi tidak ada kenaikan harga tiket.
- h. Wanita B : informasi lebih lengkap hubungi stasiun besar PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi IX Jember di nomor telepon 0331487202.

#### Konteks:

Seseorang ingin melakukan perjalanan dengan kereta api tetapi kurang informasi tentang jadwal dan rute perjalanan kereta api. Pada akhirnya dia mendapat informasi lengkap tentang bagaimana cara memesan tiket, jadwal dan rute perjalanan kereta api tersebut dari teman dekatnya.

Iklan tiket layanan kereta api ini dipersembahkan oleh PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi IX Jember. Tujuannya menginformasikan cara pemesanan tiket melalui online yang bisa dilakukan 30 hari sebelum keberangkatan. Selain tentang pemesanan tiket, iklan ini juga menyampaikan fasilitas-fasilitas yang bisa dirasakan oleh pengguna layanan jasa kereta api.

Tuturan pada data (7a) adalah tindakan menginformasikan, tuturan pada data (7a) adalah jenis tindak tutur asertif yaitu menginformasikan bahwa penutur tidak menemukan solusi dari permasalahan yang dihadapinya. Tuturan pada data (7b) juga merupakan tindakan menginformasikan, pada data (7b) wanita B mengungkapkan pernyataan bahwa pemesanan tiket kereta api sekarang bisa online dan dapat dilakukan 30 hari sebelum keberangkatan, pernyataan tersebut merupakan jenis tindak tutur asertif. Data (7d) wanita B menginformasikan rute perjalanan kereta, tuturan ini merupakan jenis tindak tutur ilokusi asertif. Data (7f) adalah informasi lanjutan yang disampaikan wanita B pada pria A, memberi informasi merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Data (7g) adalah informasi tambahan dari narator tentang layanan jasa kereta api, tindakan yang dilakukan oleh narator dalam tuturan ini merupakan tindakan menginformasikan yaitu termasuk dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif.

#### Data (8) Iklan Mie Sedap

- a. Narator : Ini reaksi kalau kita ketahuan bohong
- b. Wanita : Ih, Loe bohongin gue?
- c. Pria : Udah udah udah, *enough*. Gue nggak percaya loe lagi.
- d. Wanita : Nggak usah janji.
- e. Wanita : Bohong lagi bohong lagi
- f. Pria : Eh, emang tukang bohong.
- g. Wanita : Sering-sering aja loe bohongin gue.
- h. Pria : Sebel Gue.
- i. Wanita : Bete
- j. Pria : Sebel, resek.
- k. Wanita : Ih, benci.
- l. Pria : Kibul, kibul.
- m. Wanita : Huh, kesel kesel kesel.

- n. Narator : Soal kata lidah bisa bohong.  
 Udah, soal rasa lidah nggak bisa bohong.  
 Pas lidahmu nikmatin enakny mie sedap.
- o. Wanita : Ehm, sedap.
- p. Wanita : Enak banget.
- q. Wanita : Ehm, gila banget, enak.
- r. Narator : Tuh kan lidah ga bisa bohong.  
 Rasa mie sedap, jelas terasa sedapnya.

#### Konteks:

Komentar orang-orang yang bereaksi terhadap seseorang yang berbohong. Orang beranggapan bahwa lidah seseorang bisa berbohong dalam berkata, tetapi lidah seseorang tidak bisa berbohong soal rasa mie Sedap yang jelas terasa sedapnya.

Iklan mie Sedap merupakan iklan produk makanan berupa mie instant. Iklan mie sedap mengangkat tema tentang lidah yang sering berbohong dalam mengatakan sesuatu, tetapi lidah tidak akan bisa berbohong tentang rasa mie sedap yang jelas terasa sedapnya.

Tuturan pada data (8a) merupakan tindak tutur ilokusi asertif, narator menginformasikan tentang reaksi orang-orang yang merasa dibohongi. Pada data (8b) si wanita menduga seseorang telah membohongi dirinya, menduga merupakan tindak tutur ilokusi verba asertif. Data (8e) merupakan dugaan yang disampaikan oleh wanita terhadap seseorang yang membohonginya, hal ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Data (8l) merupakan dugaan yang diungkapkan si pria bahwa seseorang telah membohonginya, ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Narator menegaskan lagi bahwa soal kata lidah bisa bohong, tapi soal rasa lidah tidak bisa berbohong (data 8n). tindakan menegaskan merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Si wanita (pada data 8o) menjelaskan rasa mie sedap yang dia rasakan, ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif. Pada data (8p) juga merupakan tindak tutur ilokusi asertif, si wanita mengungkapkan rasa mie sedap yang dia rasakan. Data (8q) juga ungkapan tentang rasa mie sedap yang berarti juga merupakan tindak tutur ilokusi asertif.

Narator mengungkapkan bahwa lidah tidak bisa berbohong karena mie sedap jelas terasa sedapnya, tindakan merupakan tindak tutur ilokusi verba asertif.

### 3.2 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Komisif dalam Iklan Radio di Jember

Untuk mengetahui realisasi tindak tutur ilokusi verba komisif dalam wacana iklan radio di Jember kita perhatikan kutipan data berikut.

#### Data (3) Iklan Ciptadent

- a. Anak : Hi, lihat bu gigiku dah bersih nih.
- b. Ibu : Wah
- c. Anak : Lubang ga berani serang gigiku.  
Terus nafasku juga udah segar kan?  
Pakai Ciptadent micro active foam dengan cylitol sih.  
Waktunya unjuk gigi deh.
- d. Ibu : Benar, anak Ciptadent harus berani unjuk gigi.  
Kan seperti lagu kesukaan kamu ini.
- e. Lagu : gigiku gigimu kuat  
gusiku gusimu sehat  
nafasku nafasmu segar  
semua karena Ciptadent micro active foam  
micro active foam tuntas bersihkan gigi sampai ke sela-sela  
ciptadent micro active foam berani unjuk gigi tanpa malu-malu
- f. Anak : Iya bu, aku pasti rajin deh pake Ciptadent micro active foam  
dengan cylitol biar berani unjuk gigi tanpa malu-malu.
- g. Narator : Ciptadent micro active foam dengan cylitol  
inovasi Lion Jepang.

#### Konteks:

Percakapan antara ibu dan anak tentang gigi yang kuat dan sehat serta tentang pasta gigi Ciptadent micro active foam dengan cylitol yang bermanfaat untuk membersihkan gigi hingga ke sela-sela gigi.

Iklan Ciptadent micro active foam merupakan iklan produk pasta gigi yang mengandung cylitol yang berfungsi untuk menguatkan gigi, menyehatkan gusi serta menyegarkan nafas. Ciptadent micro active foam membuat anak berani unjuk gigi tanpa malu-malu.

Pada data (3f) sang anak berjanji untuk rajin menggunakan Ciptadent micro active foam, tindakan ini termasuk tindak tutur ilokusi komisif.

#### Data (5) Iklan IM3

- a. Wanita A : Kemaren gue ketemu cowok gue jalan sama cewek lain.
- b. Wanita B : ya ampyun, iya?
- c. Wanita A : langsung gue telfon aja pake IM3.  
eh cewek baru loe oke juga, berarti kita bisa putus ya?
- d. Wanita B : *ngegroove* banget.
- e. Wanita A : abis
- f. Wanita B : reaksinya gimana?
- g. Wanita A : mengkerut, kaya baju belum disetrika.
- h. Pria C : gue pengen banget nonton konser rocker pujaan gue sob,  
tapi tiketnya abis.
- i. Pria D : oh iya tu, emang *sold out*.
- j. Pria C : gue bikin aja pentas sendiri, sms-in temen-temen  
dan posting invitation di internet lewat IM3,  
terus bareng-bareng kita puter tu lagu keras-keras.  
*ngegroove* sob.
- k. Pria D : eh nyokap lu gimana?
- l. Pria C : ngungsi ke rumah nenek gue  
haha..
- m. Narator : its time to *groove*.  
apapun gaya *ngegroove* lo  
IM3 *groove* punya semua yang lo mau  
nelfon, sms dan internetan  
cukup satu buat *ngegroove* seru.
- n. Narator : makanya pake IM3.
- o. Pria C : weekend-an ini *ngegroove* bareng gue aja
- p. A-D : *ngegroove* bareng, pasti mau lah.

#### Konteks:

Percakapan muda-mudi tentang IM3 yang *ngegroove* banget. Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan IM3 setiap permasalahan yang mereka hadapi berubah menjadi hal-hal yang menyenangkan.

Iklan IM3 adalah iklan kartu pra-bayar operator telekomunikasi yang ada di Indonesia. IM3 merupakan salah satu produk dari Indosat selain Mentari dan Matrix.

Pada data (50) pria C menawarkan pada teman-temannya untuk ngegroove bareng dia di akhir pekan, hal ini adalah tindak tutur ilokusi komisif.

### 3.3 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Direktif dalam Iklan Radio di Jember

Untuk mengetahui realisasi tindak tutur ilokusi verba direktif dalam wacana iklan radio di Jember kita perhatikan kutipan data berikut.

Data (1) Iklan Kabel Kitani

- a. Pembantu : Listrik nyah.
- b. Ibu : Kebakaran ini kebakaran.
- c. Pembantu : Makanya nyah coba pake kabel Kitani
- d. Ibu : Kitani?
- e. Pembantu : Ho'o udah kabelnya awet, kualitasnya bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Jadi terjamin aman dan bisa nyegah kebakaran. mudeng ora nyah?
- f. Ibu : Halah, malah ceramah. Udah beliin sana kabel Kitaninya.
- g. Narator : Beberapa waktu kemudian.
- h. Ibu : Nem, inem.
- i. Pembantu : Lagi nggosok nyah. Waaa...
- j. Ibu : Lah dalah lagi nggos.. nggosok apa kamu ini? hah hah.
- k. Pembantu : Ini nyah lagi nggosok kupon dari kemasan kabel Kitani nyah. Saya dapat uang tunai nyah.
- l. Narator : Terang aja kabel Kitani. kabelnya berkualitas, kejutannya bikin puas. Temukan kupon dalam kemasan kabel, gosok dan menangkan hadiah total ratusan juta rupiah tanpa diundi. Cegah kebakaran dengan kabel Kitani, gosok dan menangkan.
- m. Pembantu : Waa...
- n. Ibu : Apa lagi sih kamu heh?
- o. Pembantu : Maaf nyah, nyah besok saya berhenti kerja aja ya nyah ya.
- p. Ibu : Hah kurangajar kamu!

Konteks:

Percakapan antara pembantu A dengan ibu B tentang kebakaran yang disebabkan oleh listrik. Untuk mencegah hal itu terjadi sang pembantu A menyarankan ibu B untuk menggunakan kabel Kitani yang dijamin aman dan dapat mencegah kebakaran.

Iklan kabel Kitani adalah iklan produk barang. Kabel Kitani merupakan kabel berkualitas yang bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Kabel Kitani dijamin awet, aman dan dapat mencegah kebakaran. Wacana iklan kabel Kitani merupakan wacana dialog antara pembantu A dengan ibu B.

Data (1c) merupakan jenis tindak tutur direktif yaitu pembantu A menyarankan pada ibu B untuk mencoba menggunakan kabel Kitani. Data (1d) ibu B bertanya pada pembantu A. Tuturan ini merupakan permohonan agar pembantu A menjelaskan tentang kabel Kitani. Jenis tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam data (1d) adalah direktif. Data (1f) adalah jenis tindak tutur direktif yang ditunjukkan dengan *udah beliin sana kabel Kitaninya*, pernyataan ini adalah perintah dari ibu B pada pembantu A untuk segera membeli kabel Kitani. Data (1h) merupakan jenis tindak tutur direktif. Tuturan dalam data ini adalah perintah agar pembantu A mendekat pada ibu B. Ibu B kemudian menanyakan apa yang sedang digosok pembantu A pada data (1j), tuturan ini adalah tindakan meminta agar pembantu A menginformasikan apa yang sedang dia gosok. Data (1n) adalah tindakan meminta yang dilakukan ibu B agar pembantu A menginformasikan penyebab dia berteriak, jenis tindak tutur dalam data ini adalah direktif. Data (1o) merupakan jenis tindak tutur ilokusi direktif dimana sang pembantu memohon pada ibu B untuk dapat berhenti bekerja karena. Hal tersebut dilakukan pembantu A dengan kemungkinan sekarang pembantu A sudah kaya karena mendapat hadiah dari kupon undian kabel Kitani.

#### Data (2) Iklan Aiso

- a. Ibu : Beberapa hari ini BAB ku ndak lancar pak.
- b. Bapak : Waduh, itu berbahaya bune,  
kalo nggak lancar itu sama saja dengan  
menumpuk racun diperutnya bune.
- c. Ibu : lha terus?
- d. Bapak : Ini, segera minum Aiso.



e. Narator : Aiso minuman segar melangsingkan baik untuk pria maupun wanita tua maupun muda juga oke rasanya enak dan menyegarkan

Dibuat dari bahan-bahan alami herbal yang berkhasiat, bebas pengawet membuat Aiso aman diminum setiap hari

Selain melancarkan buang air besar, menyusutkan perut, Aiso juga mampu menghambat penyerapan lemak makanan dalam usus serta meluruhkan dan mengeluarkan kelebihan lemak dalam tubuh secara langsung.

Aiso juga sangat efektif menurunkan kadar kolesterol dalam darah serta mencegah timbulnya jerawat

Aiso minuman sehat khasiat hebat

Aiso produk bermutu dari Afis

#### Konteks:

Percakapan antara ibu dan bapak, sang ibu mengeluh tentang BAB-nya yang tidak lancar. Menurut sang bapak BAB yang tidak lancar sama saja dengan menumpuk racun dan bisa menyebabkan penyakit, oleh sebab itu sang bapak memerintah ibu agar segera minum Aiso untuk melancarkan BAB-nya kembali.

Iklan Aiso merupakan iklan produk obat yang khasiat utamanya adalah melancarkan buang air besar atau biasa disingkat BAB. Selain melancarkan BAB Aiso juga dapat melangsingkan tubuh, menurunkan kadar kolesterol dalam darah serta mencegah timbulnya jerawat.

Tuturan pada data (2c) merupakan permohonan agar ibu dicarikan solusi terhadap masalah yang dihadapinya, tindakan ini merupakan tindak tutur ilokusi verba direktif. Tindak tutur ilokusi direktif juga ditunjukkan sang bapak dengan cara

memerintahkan ibu untuk segera minum Aiso, hal ini ditunjukkan pada pada data (2d).

#### Data (4) Iklan Marina

- a. Sutradara : Action  
cut cut, loh loh loh kok malah salaman?  
haduh, kamu kenapa sih?
- b. Aktor : eh iya, aduh maaf.  
Anu, dayang-dayangnya kulitnya mulus halus dan lembut sih.
- c. Narator : Tentu saja kulitnya halus dan lembut  
kan udah pake Marina *natural protection*  
ekstrak apelnya sebagai antioksidan  
cocok untuk aktifitas diluar ruangan
- d. Sutradara : Oke syuting dimulai lagi.  
Siap, kamera roll, action, cut.
- e. Sutradara : kok malah semua pada salaman pada sang putri dan dayang-  
dayangnya sih? aduh, udah deh break break.
- f. Narator : Ya jelas aja, kan semua sudah pakai Marina  
*natural protection hand body lotion*.  
Coba juga varian lainnya  
*nourishing, softening dan moisturising*  
yang sesuai dengan kebutuhan kulitmu
- g. Lagu : Marina natural, lebih dari sekedar body lotion.

#### Konteks:

Percakapan antara sutradara dan aktor disaat sedang syuting. Sang sutradara sering dibuat kecewa dengan tindakan aktor yang sering kali bertindak tidak sesuai dengan keinginan sang sutradara. Tindakan sang aktor disebabkan karena ketakjuban dirinya terhadap lawan mainnya yang berkulit halus dan lembut. Kulit yang halus dan lembut dari lawan main sang aktor disebabkan karena menggunakan Marina *natural protection hand and body lotion*.

Iklan Marina *hand and body lotion* merupakan iklan produk barang berupa pelembab dan pelembut kulit. Marina *natural protection hand and body lotion* mengandung ekstrak buah apel yang berfungsi sebagai antioksidan bagi kulit. Marina

*hand and body lotion* terdiri atas beberapa varian selain *natural protection*, beberapa diantaranya adalah *nourishing*, *softening* dan *moisturising*.

Data (4a) merupakan tindakan memerintah dari sang sutradara, hal tersebut termasuk tindak tutur ilokusi direktif. Sang sutradara meminta informasi kepada seluruh aktor tentang tindakan mereka yang tidak sesuai keinginannya pada data (4e), tuturan ini merupakan tindak ilokusi direktif.

#### Data (5) Iklan IM3

- a. Wanita A : Kemaren gue ketemu cowok gue jalan sama cewek lain.
- b. Wanita B : ya ampyun, iya?
- c. Wanita A : langsung gue telfon aja pake IM3.  
eh cewek baru loe oke juga, berarti kita bisa putus ya?
- d. Wanita B : *ngegroove* banget.
- e. Wanita A : abis
- f. Wanita B : reaksinya gimana?
- g. Wanita A : mengkerut, kaya baju belum disetrika.
- h. Pria C : gue pengen banget nonton konser rocker pujaan gue sob,  
tapi tiketnya abis.
- i. Pria D : oh iya tu, emang *sold out*.
- j. Pria C : gue bikin aja pentas sendiri, sms-in temen-temen  
dan posting invitation di internet lewat IM3,  
terus bareng-bareng kita puter tu lagu keras-keras.  
*ngegroove* sob.
- k. Pria D : eh nyokap lu gimana?
- l. Pria C : ngungsi ke rumah nenek gue  
haha..
- m. Narator : its time to *groove*.  
apapun gaya *ngegroove* lo  
IM3 *groove* punya semua yang lo mau  
nelfon, sms dan internetan  
cukup satu buat *ngegroove* seru.
- n. Narator : makanya pake IM3.
- o. Pria C : weekend-an ini *ngegroove* bareng gue aja
- p. A-D : *ngegroove* bareng, pasti mau lah.

#### Konteks:

Percakapan muda-mudi tentang IM3 yang *ngegroove* banget. Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan IM3 setiap permasalahan yang mereka hadapi berubah menjadi hal-hal yang menyenangkan.

Iklan IM3 adalah iklan kartu pra-bayar operator telekomunikasi yang ada di Indonesia. IM3 merupakan salah satu produk dari Indosat selain Mentari dan Matrix.

Data (5b), wanita B menanyakan informasi yang lebih lengkap, tindakan meminta informasi merupakan tindak tutur ilokusi verba direktif. Wanita B bertanya (data 5f) tentang kelanjutan ceritanya, tindakan ini merupakan tindak tutur ilokusi verba direktif. Pada data (5k) pria D menanyakan keberadaan dari ibu si pria C, tindakan meminta informasi merupakan tindak tutur ilokusi verba direktif. Narator menganjurkan pendengar untuk memakai IM3 (data 5n), hal ini merupakan tindak tutur ilokusi direktif.

#### Data (6) Iklan Absolut Revo

- a. Ibu : wong udah punya Revo lha kok milih Revo lagi.  
nggak mau ngalah sama anaknya.
- b. Bapak : lho tapi ini Revo baru dengan mesin 110cc  
tekonologi EFT, lebih bertenaga, tapi lebih irit.
- c. Ibu : Revo yang punya tole kan juga irit, apa bedanya?
- d. Bapak : coba lihat ya, desain lampunya baru,  
speedometernya modern dan lengkap, desain 3 dimensinya  
wow keren.  
dan satu lagi sistem kunci otomatisnya kini bisa kelihatan saat  
malam hari. Mak jreng gitu.
- e. Ibu : wah makin bagus ya  
pasti harganya juga makin...
- f. Bapak : tenang, harga tetap terjangkau.  
apalagi Revo baru ini ada 3 tipe  
velg jari-jari, velg racing dan tipe deluxe  
jadi tinggal pilih yang sesuai kebutuhan dan kantong kita.
- g. Narator : dapatkan Absolute Revo 110 your powerful style  
di MPM Motor, dealer dan bengkel resmi honda.  
Jalan Diponegoro kavling 42-45 kompleks Mutiara Plaza  
Jember.  
Di MPM Motor Panjaitan Jember atau  
di MPM Motor Kalisat, Wuluhan, Puger dan Jenggawah.
- h. Ibu : kalo gitu bapak yang warnanya merah, aku pilih yang ini.
- i. Bapak : lha kok malah ibunya yang ndak mau ngalah?
- j. Narator : beli honda lebih baik di MPM Motor.

Konteks:

Percakapan antara bapak dan ibu tentang sepeda motor Revo. Sang bapak menjelaskan bahwa Absolute Revo yang baru menggunakan mesin 110cc, lebih bertenaga dan lebih irit.

Iklan Absolute Revo adalah iklan tentang sepeda motor produksi Astra Honda Motor. Absolute Revo menggunakan mesin 110 cc, berbeda dengan Revo terdahulu yang hanya menggunakan mesin 100 cc. Absolute Revo. Absolute Revo memiliki desain baru yang 3 dimensi, memiliki desain lampu yang baru dan indikator pengukur kecepatan yang modern dan lebih lengkap.

Pada data (6c) sang ibu meminta bapak untuk menjelaskan apa perbedaan Revo yang lama dengan Absolute Revo, tindakan meminta merupakan tindak tutur ilokusi verba direktif. Ibu menganjurkan bapak untuk membeli Absolute Revo yang berwarna merah dan ibu memilih warna yang lain (data 6h), menganjurkan termasuk tindak ilokusi verba direktif. Data (6j) narator menganjurkan dimana sebaiknya membeli produk Honda, menganjurkan merupakan tindak ilokusi verba direktif.

Data (7) Iklan Tiket Kereta Api

- a. Pria A : Buntu...
- b. Wanita B : ih kamu ini ternyata tel-im ya, alias telat informasi.  
kamu aku kasih tau ya, pemesanan tiket kereta api udah online lho.  
jadi, tiket bisa dipesan 30 hari sebelum keberangkatan.
- c. Pria A : kalo ke jurusan kota lain apa bisa ya?
- d. Wanita B : bisa dong.  
khusus bagi penumpang kereta api mutiara timur siang dan mutiara timur malam tujuan Surabaya dapat bersambung dengan kereta api jurusan Jakarta atau Bandung Wan.
- e. Pria A : kalo ke arah timur bagaimana?
- f. Wanita B : sama aja, penumpang tujuan Banyuwangi dapat bersambung pula dengan bus kereta api jurusan Denpasar.  
mudah kan?
- g. Narator : nikmati layanan jasa transportasi ke berbagai kota tujuan

bersama kereta api. PT. Kereta Api Indonesia telah menyiapkan fasilitas khusus bagi penumpang kelas eksekutif, bisnis dan ekonomi. Untuk penumpang rombongan akan diberikan tarif khusus, sementara untuk penumpang kelas ekonomi tidak ada kenaikan harga tiket.

- h. Wanita B : informasi lebih lengkap hubungi stasiun besar PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi IX Jember di nomor telepon 0331487202.

Konteks:

Seseorang ingin melakukan perjalanan dengan kereta api tetapi kurang informasi tentang jadwal dan rute perjalanan kereta api. Pada akhirnya dia mendapat informasi lengkap tentang bagaimana cara memesan tiket, jadwal dan rute perjalanan kereta api tersebut dari teman dekatnya.

Iklan tiket layanan kereta api ini dipersembahkan oleh PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi IX Jember. Tujuannya menginformasikan cara pemesanan tiket melalui online yang bisa dilakukan 30 hari sebelum keberangkatan. Selain tentang pemesanan tiket, iklan ini juga menyampaikan fasilitas-fasilitas yang bisa dirasakan oleh pengguna layanan jasa kereta api.

Data (7c) merupakan jenis tindak tutur direktif yaitu pria A meminta informasi lebih lanjut pada wanita B. Pada data (7e) pria A meminta penjelasan pada wanita B, ini merupakan tindak tutur ilokusi verba direktif. Pada data (7h) wanita B menyarankan untuk menghubungi stasiun besar PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi IX Jember bila membutuhkan informasi lebih lanjut, tuturan ini merupakan tindak tutur ilokusi verba direktif.

Data (8) Iklan Mie Sedap

- a. Narator : Ini reaksi kalau kita ketahuan bohong  
 b. Wanita : Ih, Loe bohongin gue?  
 c. Pria : Udah udah udah, *enough*. Gue nggak percaya loe lagi.  
 d. Wanita : Nggak usah janji.  
 e. Wanita : Bohong lagi bohong lagi  
 f. Pria : Eh, emang tukang bohong.

- g. Wanita : Sering-sering aja loe bohongin gue.  
 h. Pria : Sebel Gue.  
 i. Wanita : Bete  
 j. Pria : Sebel, resek.  
 k. Wanita : Ih, benci.  
 l. Pria : Kibul, kibul.  
 m. Wanita : Huh, kesel kesel kesel.  
 n. Narator : Soal kata lidah bisa bohong.  
                   Udah, soal rasa lidah nggak bisa bohong.  
                   Pas lidahmu nikmatin enakny mie sedap.  
 o. Wanita : Ehm, sedap.  
 p. Wanita : Enak banget.  
 q. Wanita : Ehm, gila banget, enak.  
 r. Narator : Tuh kan lidah ga bisa bohong.  
                   Rasa mie sedap, jelas terasa sedapnya.

#### Konteks:

Komentar orang-orang yang bereaksi terhadap seseorang yang berbohong. Orang beranggapan bahwa lidah seseorang bisa berbohong dalam berkata, tetapi lidah seseorang tidak bisa berbohong soal rasa mie Sedap yang jelas terasa sedapnya.

Iklan mie Sedap merupakan iklan produk makanan berupa mie instant. Iklan mie sedap mengangkat tema tentang lidah yang sering berbohong dalam mengatakan sesuatu, tetapi lidah tidak akan bisa berbohong tentang rasa mie sedap yang jelas terasa sedapnya.

Tuturan pada data (8c) si pria memerintah seseorang agar berhenti berbohong karena si pria sudah tidak mempercayai ucapannya lagi, tindakan ini termasuk tindak tutur ilokusi verba direktif. Kalimat perintah diucapkan oleh si wanita, dia memerintahkan seseorang untuk tidak berjanji lagi kepadanya bila tidak bisa menepatinya. Tindakan memerintah merupakan tindak tutur ilokusi verba direktif (data 8d). Pada data (8g) si wanita memerintah seseorang untuk sering membohonginya, kalimat perintah ini sebenarnya merupakan sindiran untuk melarangnya berbohong lagi, tuturan yang dia ucapkan merupakan jenis tindak tutur ilokusi verba direktif.

### 3.4 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Ekspresif dalam Iklan Radio di Jember

Untuk mengetahui realisasi tindak tutur ilokusi verba ekspresif dalam wacana iklan radio di Jember kita perhatikan kutipan data berikut.

Data (1) Iklan Kabel Kitani

- a. Pembantu : Listrik nyah.
- b. Ibu : Kebakaran ini kebakaran.
- c. Pembantu : Makanya nyah coba pake kabel Kitani
- d. Ibu : Kitani?
- e. Pembantu : Ho'o udah kabelnya awet, kualitasnya bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Jadi terjamin aman dan bisa nyegah kebakaran. mudeng ora nyah?
- f. Ibu : Halah, malah ceramah. Udah beliin sana kabel Kitaninya.
- g. Narator : Beberapa waktu kemudian.
- h. Ibu : Nem, inem.
- i. Pembantu : Lagi nggosok nyah. Waaa...
- j. Ibu : Lah dalah lagi nggos.. nggosok apa kamu ini? hah hah.
- k. Pembantu : Ini nyah lagi nggosok kupon dari kemasan kabel Kitani nyah. Saya dapat uang tunai nyah.
- l. Narator : Terang aja kabel Kitani. kabelnya berkualitas, kejutannya bikin puas. Temukan kupon dalam kemasan kabel, gosok dan menangkan hadiah total ratusan juta rupiah tanpa diundi. Cegah kebakaran dengan kabel Kitani, gosok dan menangkan.
- m. Pembantu : Waa...
- n. Ibu : Apa lagi sih kamu heh?
- o. Pembantu : Maaf nyah, nyah besok saya berhenti kerja aja ya nyah ya.
- p. Ibu : Hah kurangajar kamu!

Konteks:

Percakapan antara pembantu A dengan ibu B tentang kebakaran yang disebabkan oleh listrik. Untuk mencegah hal itu terjadi sang pembantu A menyarankan ibu B untuk menggunakan kabel Kitani yang dijamin aman dan dapat mencegah kebakaran.

Iklan kabel Kitani adalah iklan produk barang. Kabel Kitani merupakan kabel berkualitas yang bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Kabel Kitani dijamin awet, aman



dan dapat mencegah kebakaran. Wacana iklan kabel Kitani merupakan wacana dialog antara pembantu A dengan ibu B.

Tuturan pada data (1m) sebenarnya tidak memiliki arti apa-apa, tuturan itu dilontarkan hanya untuk mengekspresikan diri. Tuturan tersebut merupakan jenis tindak tutur ilokusi ekspresif. Tuturan pada data (1p) adalah kemarahan ibu B terhadap pembantu A karena pembantu A meminta berhenti bekerja secara mendadak, tuturan yang dilontarkan ibu B dalam data ini merupakan jenis tindak tutur ilokusi ekspresif.

#### Data (3) Iklan Ciptadent

- a. Anak : Hi, lihat bu gigiku dah bersih nih.
- b. Ibu : Wah
- c. Anak : Lubang ga berani serang gigiku.  
Terus nafasku juga udah segar kan?  
Pakai Ciptadent micro active foam dengan cylitol sih.  
Waktunya unjuk gigi deh.
- d. Ibu : Benar, anak Ciptadent harus berani unjuk gigi.  
Kan seperti lagu kesukaan kamu ini.
- e. Lagu : gigiku gigimu kuat  
gusiku gusimu sehat  
nafasku nafasmu segar  
semua karena Ciptadent micro active foam  
micro active foam tuntas bersihkan gigi sampai ke sela-sela  
ciptadent micro active foam berani unjuk gigi tanpa malu-malu
- f. Anak : Iya bu, aku pasti rajin deh pake Ciptadent micro active foam  
dengan cylitol biar berani unjuk gigi tanpa malu-malu.
- g. Narator : Ciptadent micro active foam dengan cylitol  
inovasi Lion Jepang.

#### Konteks:

Percakapan antara ibu dan anak tentang gigi yang kuat dan sehat serta tentang pasta gigi Ciptadent micro active foam dengan cylitol yang bermanfaat untuk membersihkan gigi hingga ke sela-sela gigi.

Iklan Ciptadent micro active foam merupakan iklan produk pasta gigi yang mengandung cylitol yang berfungsi untuk menguatkan gigi, menyehatkan gusi serta

menyegarkan nafas. Ciptadent micro active foam membuat anak berani unjuk gigi tanpa malu-malu.

Tuturan pada data (3b) merupakan ekspresi senang sang ibu dengan kondisi gigi anaknya yang sudah bersih, ini termasuk tindak tutur ilokusi ekspresif.

#### Data (4) Iklan Marina

- a. Sutradara : Action  
cut cut, loh loh loh kok malah salaman?  
haduh, kamu kenapa sih?
- b. Aktor : eh iya, aduh maaf.  
Anu, dayang-dayangnya kulitnya mulus halus dan lembut sih.
- c. Narator : Tentu saja kulitnya halus dan lembut  
kan udah pake Marina *natural protection*  
ekstrak apelnya sebagai antioksidan  
cocok untuk aktifitas diluar ruangan
- d. Sutradara : Oke syuting dimulai lagi.  
Siap, kamera roll, action, cut.
- e. Sutradara : kok malah semua pada salaman pada sang putri dan dayang-  
dayangnya sih? aduh, udah deh break break.
- f. Narator : Ya jelas aja, kan semua sudah pakai Marina  
*natural protection hand body lotion*.  
Coba juga varian lainnya  
nourishing, softening dan moisturising  
yang sesuai dengan kebutuhan kulitmu
- g. Lagu : Marina natural, lebih dari sekedar body lotion.

#### Konteks:

Percakapan antara sutradara dan aktor disaat sedang syuting. Sang sutradara sering dibuat kecewa dengan tindakan aktor yang sering kali bertindak tidak sesuai dengan keinginan sang sutradara. Tindakan sang aktor disebabkan karena ketakjuban dirinya terhadap lawan mainnya yang berkulit halus dan lembut. Kulit yang halus dan lembut dari lawan main sang aktor disebabkan karena menggunakan Marina *natural protection hand and body lotion*.

Iklan Marina *hand and body lotion* merupakan iklan produk barang berupa pelembab dan pelembut kulit. Marina *natural protection hand and body lotion* mengandung ekstrak buah apel yang berfungsi sebagai antioksidan bagi kulit. Marina

*hand and body lotion* terdiri atas beberapa varian selain *natural protection*, beberapa diantaranya adalah *nourishing, softening dan moisturising*.

Sang aktor mengungkapkan permintaan maafnya karena dia merasa bersalah pada saat berakting pada data (4b), hal tersebut merupakan tindak tutur ilokusi ekspresif.

#### Data (5) Iklan IM3

- a. Wanita A : Kemaren gue ketemu cowok gue jalan sama cewek lain.
- b. Wanita B : ya ampyun, iya?
- c. Wanita A : langsung gue telfon aja pake IM3.  
eh cewek baru loe oke juga, berarti kita bisa putus ya?
- d. Wanita B : *ngegroove* banget.
- e. Wanita A : abis
- f. Wanita B : reaksinya gimana?
- g. Wanita A : mengkerut, kaya baju belum disetrika.
- h. Pria C : gue pengen banget nonton konser rocker pujaan gue sob,  
tapi tiketnya abis.
- i. Pria D : oh iya tu, emang *sold out*.
- j. Pria C : gue bikin aja pentas sendiri, sms-in temen-temen  
dan posting invitation di internet lewat IM3,  
terus bareng-bareng kita puter tu lagu keras-keras.  
*ngegroove* sob.
- k. Pria D : eh nyokap lu gimana?
- l. Pria C : ngungsi ke rumah nenek gue  
haha..
- m. Narator : its time to *groove*.  
apapun gaya *ngegroove* lo  
IM3 *groove* punya semua yang lo mau  
nelfon, sms dan internetan  
cukup satu buat *ngegroove* seru.
- n. Narator : makanya pake IM3.
- o. Pria C : weekend-an ini *ngegroove* bareng gue aja
- p. A-D : *ngegroove* bareng, pasti mau lah.

#### Konteks:

Percakapan muda-mudi tentang IM3 yang *ngegroove* banget. Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan IM3 setiap permasalahan yang mereka hadapi berubah menjadi hal-hal yang menyenangkan.

Iklan IM3 adalah iklan kartu pra-bayar operator telekomunikasi yang ada di Indonesia. IM3 merupakan salah satu produk dari Indosat selain Mentari dan Matrix.

Pada data (5d) wanita B bereaksi dengan memuji bahwa tindakan tersebut *ngegroove banget*, tindakan ini adalah tindak tutur ilokusi verba ekspresif. Data (5h) adalah tindak tutur ilokusi verba ekspresif, pria C mengungkapkan kekecewaannya karena tidak bisa menonton sebuah konser.

#### Data (8) Iklan Mie Sedap

- a. Narator : Ini reaksi kalau kita ketahuan bohong
- b. Wanita : Ih, Loe bohongin gue?
- c. Pria : Udah udah udah, *enough*. Gue nggak percaya loe lagi.
- d. Wanita : Nggak usah janji.
- e. Wanita : Bohong lagi bohong lagi
- f. Pria : Eh, emang tukang bohong.
- g. Wanita : Sering-sering aja loe bohongin gue.
- h. Pria : Sebel Gue.
- i. Wanita : Bete
- j. Pria : Sebel, resek.
- k. Wanita : Ih, benci.
- l. Pria : Kibul, kibul.
- m. Wanita : Huh, kesel kesel kesel.
- n. Narator : Soal kata lidah bisa bohong.  
Udah, soal rasa lidah nggak bisa bohong.  
Pas lidahmu nikmatin enaknyanya mie sedap.
- o. Wanita : Ehm, sedap.
- p. Wanita : Enak banget.
- q. Wanita : Ehm, gila banget, enak.
- r. Narator : Tuh kan lidah ga bisa bohong.  
Rasa mie sedap, jelas terasa sedapnya.

#### Konteks:

Komentar orang-orang yang bereaksi terhadap seseorang yang berbohong. Orang beranggapan bahwa lidah seseorang bisa berbohong dalam berkata, tetapi lidah seseorang tidak bisa berbohong soal rasa mie Sedap yang jelas terasa sedapnya.

Iklan mie Sedap merupakan iklan produk makanan berupa mie instant. Iklan mie sedap mengangkat tema tentang lidah yang sering berbohong dalam mengatakan sesuatu, tetapi lidah tidak akan bisa berbohong tentang rasa mie sedap yang jelas terasa sedapnya.

Data (8h) si pria mengungkapkan perasaan hatinya, ini merupakan tindak tutur ilokusi ekspresif. Pada data (8i) si wanita juga mengungkapkan perasaan kecewanya, ini juga merupakan tindak tutur ilokusi ekspresif. Tindak tutur ilokusi ekspresif juga terdapat pada data (8j) dan data (8k), penutur mengungkapkan kekecewaannya kepada seseorang yang telah membohonginya. Data (8m) wanita mengungkapkan lagi rasa kecewanya terhadap seorang pembohong, ini merupakan tindak tutur ilokusi ekspresif.

### 3.5 Realisasi Tindak Tutur Ilokusi Verba Deklaratif dalam Iklan Radio di Jember

Untuk mengetahui realisasi tindak tutur ilokusi verba deklaratif dalam wacana iklan radio di Jember kita perhatikan kutipan data berikut.

Data (4) Iklan Marina

- a. Sutradara : Action  
cut cut, loh loh loh kok malah salaman?  
haduh, kamu kenapa sih?
- b. Aktor : eh iya, aduh maaf.  
Anu, dayang-dayangnya kulitnya mulus halus dan lembut sih.
- c. Narator : Tentu saja kulitnya halus dan lembut  
kan udah pake Marina *natural protection*  
ekstrak apelnnya sebagai antioksidan  
cocok untuk aktifitas diluar ruangan
- d. Sutradara : Oke syuting dimulai lagi.  
Siap, kamera roll, action, cut.
- e. Sutradara : kok malah semua pada salaman pada sang putri dan dayang-  
dayangnya sih? aduh, udah deh break break.
- f. Narator : Ya jelas aja, kan semua sudah pakai Marina  
natural protection hand body lotion.

- Coba juga varian lainnya  
nourishing, softening dan moisturising  
yang sesuai dengan kebutuhan kulitmu
- g. Lagu : Marina natural, lebih dari sekedar body lotion.

Konteks:

Percakapan antara sutradara dan aktor disaat sedang syuting. Sang sutradara sering dibuat kecewa dengan tindakan aktor yang sering kali bertindak tidak sesuai dengan keinginan sang sutradara. Tindakan sang aktor disebabkan karena ketakjuban dirinya terhadap lawan mainnya yang berkulit halus dan lembut. Kulit yang halus dan lembut dari lawan main sang aktor disebabkan karena menggunakan Marina *natural protection hand and body lotion*.

Iklan Marina *hand and body lotion* merupakan iklan produk barang berupa pelembab dan pelembut kulit. Marina *natural protection hand and body lotion* mengandung ekstrak buah apel yang berfungsi sebagai antioksidan bagi kulit. Marina *hand and body lotion* terdiri atas beberapa varian selain *natural protection*, beberapa diantaranya adalah *nourishing, softening dan moisturising*.

Pada data (4d) sutradara mengatakan “oke, syuting dimulai lagi”, dengan melakukan ucapan itu sutradara juga termasuk melakukan sebuah tindakan yaitu tindakan mengambil keputusan untuk melanjutkan syuting, mengambil keputusan merupakan tindak ilokusi verba deklaratif.

Data (8) Iklan Mie Sedap

- a. Narator : Ini reaksi kalau kita ketahuan bohong  
b. Wanita : Ih, Loe bohongin gue?  
c. Pria : Udah udah udah, *enough*. Gue nggak percaya loe lagi.  
d. Wanita : Nggak usah janji.  
e. Wanita : Bohong lagi bohong lagi  
f. Pria : Eh, emang tukang bohong.  
g. Wanita : Sering-sering aja loe bohongin gue.  
h. Pria : Sebel Gue.  
i. Wanita : Bete  
j. Pria : Sebel, resek.  
k. Wanita : Ih, benci.  
l. Pria : Kibul, kibul.  
m. Wanita : Huh, kesel kesel kesel.

- n. Narator : Soal kata lidah bisa bohong.  
 Udah, soal rasa lidah nggak bisa bohong.  
 Pas lidahmu nikmatin enakny mie sedap.
- o. Wanita : Ehm, sedap.
- p. Wanita : Enak banget.
- q. Wanita : Ehm, gila banget, enak.
- r. Narator : Tuh kan lidah ga bisa bohong.  
 Rasa mie sedap, jelas terasa sedapnya.

**Konteks:**

Komentar orang-orang yang bereaksi terhadap seseorang yang berbohong. Orang beranggapan bahwa lidah seseorang bisa berbohong dalam berkata, tetapi lidah seseorang tidak bisa berbohong soal rasa mie Sedap yang jelas terasa sedapnya.

Iklan mie Sedap merupakan iklan produk makanan berupa mie instant. Iklan mie sedap mengangkat tema tentang lidah yang sering berbohong dalam mengatakan sesuatu, tetapi lidah tidak akan bisa berbohong tentang rasa mie sedap yang jelas terasa sedapnya.

Data (8f) si pria memvonis seseorang sebagai seorang pembohong, tindakan memvonis merupakan tindak tutur ilokusi verba deklaratif.

## **BAB 4. PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Melalui penelitian tindak tutur ilokusi pada iklan radio yang ada di Jember diperoleh suatu deskripsi bahwa tindak tutur ilokusi yang digunakan adalah tindak tutur ilokusi verba asertif (tindak tutur yang menjelaskan apa dan bagaimana sesuatu itu adanya), direktif (tindak tutur yang mendorong penutur melakukan sesuatu), komisif (tindak tutur yang berfungsi mendorong pendengar melakukan sesuatu), ekspresif (tindak tutur yang menyangkut perasaan dan sikap) dan deklaratif (tindak tutur yang menghubungkan isi proposisi dengan realitas yang sebenarnya).

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam iklan radio yang ada di Jember tindak tutur ilokusi verba asertif merupakan tindak tutur yang paling sering digunakan, hal tersebut cukup wajar mengingat tujuan iklan adalah untuk menginformasikan produk barang atau jasa dari produsen ke konsumen yang dalam hal ini adalah pendengar radio. Dalam penelitian ini ditemukan 87 tindak tutur ilokusi yang sebagian besar diantaranya merupakan tindak tutur ilokusi verba asertif. Jumlah tindak tutur ilokusi verba asertif yang ditemukan dalam penelitian adalah 48. Jumlah tindak tutur ilokusi verba direktif berada di urutan kedua, yaitu berjumlah 24. Selanjutnya ditemukan 11 tindak tutur ilokusi verba ekspresif. Tindak tutur ilokusi verba komisif dan verba deklaratif juga ditemukan di dalam penelitian ini tetapi jumlahnya tidak banyak, untuk masing-masing verba tersebut hanya ditemukan 2 buah saja.

Faktor-faktor yang menyebabkan adanya sebuah iklan adalah keinginan dari produsen untuk menginformasikan produknya dan sekaligus untuk mendorong pendengar agar mengkonsumsi produk tersebut. Wajar rasanya jika tindak tutur ilokusi verba asertif begitu mendominasi di dalam sebuah iklan mengingat tujuan



utama dari beriklan adalah menginformasikan sebuah produk, baik produk tersebut berupa barang atau jasa. Jenis tindak tutur ilokusi verba direktif juga sangat besar pengaruhnya dalam sebuah iklan karena tindak tutur ilokusi verba direktif digunakan pengiklan untuk mendorong pendengar agar tertarik dengan produk yang mereka tawarkan. Tindak tutur ilokusi verba ekspresif sangat berhubungan erat dengan perasaan dan sikap sehingga sedikit sekali digunakan dalam iklan radio, hal tersebut cukup beralasan karena daya ilokusinya tidak begitu kuat apabila digunakan untuk membujuk pendengar. Tindak tutur ilokusi verba komisif adalah tindak tutur yang mendorong penutur untuk melakukan sesuatu, hal ini bertolak belakang dengan tujuan utama iklan yaitu mendorong pendengar untuk melakukan sesuatu. Karena tidak sesuai dengan tujuan orang beriklan maka jenis tindak tutur ilokusi verba komisif sangat jarang digunakan, walaupun ada hanya digunakan sebagai pelengkap dialog saja. Tindak tutur ilokusi verba deklaratif juga sangat sedikit sekali ditemukan dalam penelitian ini. Tindak tutur ilokusi verba deklaratif bersifat formal dan kaku, tidak sesuai bila digunakan dalam iklan, tindak tutur ilokusi verba deklaratif lebih tepat digunakan untuk situasi formal seperti di dalam rapat atau di dalam persidangan.

#### **4.2 Saran**

Penelitian tentang tindak tutur ilokusi dalam iklan radio ini merupakan penelitian yang berkelanjutan, karena dalam penelitian ini masih terdapat berbagai sudut pandang atau tinjauan yang perlu dianalisis. Penulis menyarankan perlu dilakukan penelitian-penelitian berikutnya dalam memahami tindak tutur ilokusi dalam iklan radio agar dapat menghasilkan sebuah penelitian yang lebih sempurna. Tindak tutur ilokusi dalam iklan radio merupakan jenis tuturan yang disampaikan oleh pembuat iklan. Iklan merupakan suatu alat komunikasi yang digunakan untuk menarik minat konsumen yang dalam hal ini adalah pendengar radio terhadap sebuah produk. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut diharapkan dapat didokumentasikan dan dipublikasikan untuk masyarakat umum agar semua kalangan dapat memahami

dan mengerti tentang jenis-jenis verba tindak tutur yang terdapat dalam iklan radio. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberikan keterangan se jelasnya mengenai bentuk dan tujuan tindak tutur ilokusi. Disarankan agar perlu dilakukan penelitian lanjutan secara bertahap agar hasil yang diperoleh lebih luas dan mendalam dengan menggunakan salah satu pendekatan yang tepat, khususnya dalam menganalisis tindak tutur ilokusi dalam iklan radio.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Alwasilah, A. Chaedar. 1985. *Linguistik Suatu Pengantar*. Bandung: Angkasa
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 1994. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 1995. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djajasudarma, Fatimah, T. 1993. *Metode Linguistik*. Bandung: PT. Eresco.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Keraf, Gorys. 1980. *Komposisi*. Jakarta: Gramedia.
- Keraf, Gorys. 2001. *Tata Bahasa Indonesia*. Ende: Nusa Indah.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Lubis, Hamid Hasan. 1993. *Analisis Wacana Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Nababan, P.W.J. 1986. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rani, Abdul dkk. 2006. *Analisis Wacana Sebuah Kajian Bahasa Dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia.
- Sudaryanto. 1988. *Metode Linguistik Bagian Kedua Metode dan Aneka Tehnik Pengumpulan Data*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sudaryanto. 1992. *Metode Linguistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Tehnik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sumarsono dan Paina Partana. 2004. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Suwito. 1983. *Sosiolinguistik Teori dan Problem*. Surakarta: Fakultas Sastra Universitas Sebelas Maret.

Universitas Jember. 2007. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: UPT Universitas Jember.

Wibowo, Wahyu. 2003. *Manajemen Bahasa: Pengorganisasian Karangan Pragmatik dalam Bahasa Indonesia Untuk Mahasiswa dan Praktisi Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wijana, I Dewa Putu. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi.

**Tesis:**

Wibisono, Bambang. 1991. "Tindak Bahasa Guru dalam Mengajarkan Struktur: (Studi Kasus di SMA Negeri 2 Jember)". Malang: Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Malang.

## LAMPIRAN

### DATA IKLAN RADIO

#### Data (1) Iklan Kabel Kitani

- a. Pembantu : Listrik nyah.  
b. Ibu : Kebakaran ini kebakaran.  
c. Pembantu : Makanya nyah coba pake kabel Kitani  
d. Ibu : Kitani?  
e. Pembantu : Ho'o udah kabelnya awet, kualitasnya bersertifikat SPLN, LMK dan SNI. Jadi terjamin aman dan bisa nyegah kebakaran. mudeng ora nyah?  
f. Ibu : Halah, malah ceramah. Udah beliin sana kabel Kitaninya.  
g. Narator : Beberapa waktu kemudian.  
h. Ibu : Nem, inem.  
i. Pembantu : Lagi nggosok nyah. Waaa...  
j. Ibu : Lah dalah lagi nggos.. nggosok apa kamu ini? hah hah.  
k. Pembantu : Ini nyah lagi nggosok kupon dari kemasan kabel Kitani nyah. Saya dapat uang tunai nyah.  
l. Narator : Terang aja kabel Kitani. kabelnya berkualitas, kejutannya bikin puas. Temukan kupon dalam kemasan kabel, gosok dan menangkan hadiah total ratusan juta rupiah tanpa diundi. Cegah kebakaran dengan kabel Kitani, gosok dan menangkan.  
m. Pembantu : Waa...  
n. Ibu : Apa lagi sih kamu heh?  
o. Pembantu : Maaf nyah, nyah besok saya berhenti kerja aja ya nyah ya.  
p. Ibu : Hah kurangajar kamu!

#### Konteks:

Percakapan antara pembantu A dengan ibu B tentang kebakaran yang disebabkan oleh listrik. Untuk mencegah hal itu terjadi sang pembantu A menyarankan ibu B untuk menggunakan kabel Kitani yang dijamin aman dan dapat mencegah kebakaran.

#### Data (2) Iklan Aiso

- a. Ibu : Beberapa hari ini BAB ku ndak lancar pak.  
b. Bapak : Waduh, itu berbahaya bune, kalo nggak lancar itu sama saja dengan menumpuk racun diperutnya bune.  
c. A : lha terus?  
d. B : Ini, segera minum Aiso

e. Narator : Aiso minuman segar melangsingkan baik untuk pria maupun wanita tua maupun muda juga oke rasanya enak dan menyegarkan

Dibuat dari bahan-bahan alami herbal yang berkhasiat, bebas pengawet membuat Aiso aman diminum setiap hari

Selain melancarkan buang air besar, menyusutkan perut, Aiso juga mampu menghambat penyerapan lemak makanan dalam usus serta meluruhkan dan mengeluarkan kelebihan lemak dalam tubuh secara langsung.

Aiso juga sangat efektif menurunkan kadar kolesterol dalam darah serta mencegah timbulnya jerawat

Aiso minuman sehat khasiat hebat

Aiso produk bermutu dari Afis

#### Konteks:

Percakapan antara ibu dan bapak, sang ibu mengeluh tentang BAB-nya yang tidak lancar. Menurut sang bapak BAB yang tidak lancar sama saja dengan menumpuk racun dan bisa menyebabkan penyakit, oleh sebab itu sang bapak memerintah ibu agar segera minum Aiso untuk melancarkan BAB-nya kembali.

#### Data (3) Iklan Ciptadent

- a. Anak : Hi, lihat bu gigiku dah bersih nih.
- b. Ibu : Wah
- c. Anak : Lubang ga berani serang gigiku.  
Terus nafasku juga udah segar kan.  
Pakai Ciptadent micro active foam dengan cylitol sih.  
Waktunya unjuk gigi deh.
- d. Ibu : Benar, anak Ciptadent harus berani unjuk gigi.  
Kan seperti lagu kesukaan kamu ini.
- e. Lagu : gigiku gigimu kuat  
gusiku gusimu sehat  
nafasku nafasmu segar

- semua karena Ciptadent micro active foam  
micro active foam tuntas bersihkan gigi sampai ke sela-sela  
ciptadent micro active foam berani unjuk gigi tanpa malu-malu
- f. Anak : Iya bu, aku pasti rajin deh pake Ciptadent micro active foam  
dengan cylitol biar berani unjuk gigi tanpa malu-malu.
- g. Narator : Ciptadent micro active foam dengan cylitol  
inovasi Lion Jepang.

Konteks:

Percakapan antara ibu dan anak tentang gigi yang kuat dan sehat serta tentang pasta gigi Ciptadent micro active foam dengan cylitol yang bermanfaat untuk membersihkan gigi hingga ke sela-sela gigi.

Data (4) Iklan Marina

- a. Sutradara : Action  
cut cut, loh loh loh kok malah salaman?  
haduh, kamu kenapa sih?
- b. Aktor : eh iya, aduh maaf.  
Anu, dayang-dayangnya kulitnya mulus halus dan lembut sih.
- c. Narator : Tentu saja kulitnya halus dan lembut  
kan udah pake Marina *natural protection*  
ekstrak apelnnya sebagai antioksidan  
cocok untuk aktifitas diluar ruangan
- d. Sutradara : Oke syuting dimulai lagi.  
Siap, kamera roll, action, cut.
- e. Sutradara : kok malah semua pada salaman pada sang putri dan dayang-  
dayangnya sih? aduh, udah deh break break.
- f. Narator : Ya jelas aja, kan semua sudah pakai Marina  
*natural protection hand body lotion*.  
Coba juga varian lainnya  
*nourishing, softening dan moisturising*  
yang sesuai dengan kebutuhan kulitmu
- g. Lagu : Marina natural, lebih dari sekedar body lotion.

Konteks:

Percakapan antara sutradara dan aktor disaat sedang syuting. Sang sutradara sering dibuat kecewa dengan tindakan aktor yang sering kali bertindak tidak sesuai dengan keinginan sang sutradara. Tindakan sang aktor disebabkan karena ketakjuban dirinya terhadap lawan mainnya yang berkulit halus dan lembut. Kulit yang halus dan lembut dari lawan main sang aktor disebabkan karena menggunakan Marina *natural protection hand and body lotion*.

Data (5) Iklan IM3

- a. Wanita A : Kemaren gue ketemu cowok gue jalan sama cewek lain.
- b. Wanita B : ya ampyun, iya?
- c. Wanita A : langsung gue telfon aja pake IM3.  
eh cewek baru loe oke juga, berarti kita bisa putus ya?
- d. Wanita B : *ngegroove* banget.
- e. Wanita A : abis
- f. Wanita B : reaksinya gimana?
- g. Wanita A : mengkerut, kaya baju belum disetrika.
- h. Pria C : gue pengen banget nonton konser rocker pujaan gue sob,  
tapi tiketnya abis.
- i. Pria D : oh iya tu, emang *sold out*.
- j. Pria C : gue bikin aja pentas sendiri, sms-in temen-temen  
dan posting invitation di internet lewat IM3,  
terus bareng-bareng kita puter tu lagu keras-keras.  
*ngegroove* sob.
- k. Pria D : eh nyokap lu gimana?
- l. Pria C : ngungsi ke rumah nenek gue  
haha..
- m. Narator : its time to *groove*.  
apapun gaya *ngegroove* lo  
IM3 *groove* punya semua yang lo mau  
nelfon, sms dan internetan  
cukup satu buat *ngegroove* seru.
- n. Narator : makanya pake IM3.
- o. Pria C : weekend-an ini *ngegroove* bareng gue aja
- p. A-D : *ngegroove* bareng, pasti mau lah.

Konteks:

Percakapan muda-mudi tentang IM3 yang *ngegroove* banget. Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan IM3 setiap permasalahan yang mereka hadapi berubah menjadi hal-hal yang menyenangkan.

Data (6) Iklan Absolut Revo

- a. Ibu : wong udah punya Revo lha kok milih Revo lagi.  
nggak mau ngalah sama anaknya.
- b. Bapak : lho tapi ini Revo baru dengan mesin 110cc  
teknologi EFT, lebih bertenaga, tapi lebih irit.
- c. Ibu : Revo yang punya tole kan juga irit, apa bedanya?
- d. Bapak : coba lihat ya, desain lampunya baru,



- speedometernya modern dan lengkap, desain 3 dimensinya wow keren.  
dan satu lagi sistem kunci otomatisnya kini bisa kelihatan saat malam hari. Mak jreng gitu.
- e. Ibu : wah makin bagus ya  
pasti harganya juga makin...
- f. Bapak : tenang, harga tetap terjangkau.  
apalagi Revo baru ini ada 3 tipe  
velg jari-jari, velg racing dan tipe deluxe  
jadi tinggal pilih yang sesuai kebutuhan dan kantong kita.
- g. Narator : dapatkan Absolute Revo 110 your powerful style  
di MPM Motor, dealer dan bengkel resmi honda.  
Jalan Diponegoro kavling 42-45 kompleks Mutiara Plaza Jember.  
Di MPM Motor Panjaitan Jember atau  
di MPM Motor Kalisat, Wuluhan, Puger dan Jenggawah.
- h. Ibu : kalo gitu bapak yang warnanya merah, aku pilih yang ini.
- i. Bapak : lha kok malah ibunya yang ndak mau ngalah?
- j. Narator : beli honda lebih baik di MPM Motor.

#### Konteks:

Percakapan antara bapak dan ibu tentang sepeda motor Revo. Sang bapak menjelaskan bahwa Absolute Revo yang baru menggunakan mesin 110cc, lebih bertenaga dan lebih irit.

#### Data (7) Iklan Tiket Kereta Api

- a. Pria A : Buntu...
- b. Wanita B : ih kamu ini ternyata tel-im ya, alias telat informasi.  
kamu aku kasih tau ya, pemesanan tiket kereta api udah online lho.  
jadi, tiket bisa dipesan 30 hari sebelum keberangkatan.
- c. Pria A : kalo ke jurusan kota lain apa bisa ya?
- d. Wanita B : bisa dong.  
khusus bagi penumpang kereta api mutiara timur siang dan mutiara timur  
malam tujuan Surabaya dapat bersambung dengan kereta api jurusan Jakarta atau Bandung Wan.
- e. Pria A : kalo ke arah timur bagaimana?
- f. Wanita B : sama aja, penumpang tujuan Banyuwangi dapat bersambung pula dengan bus kereta api jurusan Denpasar.  
mudah kan?
- g. Narator : nikmati layanan jasa transportasi ke berbagai kota tujuan

- bersama kereta api. PT. Kereta Api Indonesia telah menyiapkan fasilitas khusus bagi penumpang kelas eksekutif, bisnis dan ekonomi. Untuk penumpang rombongan akan diberikan tarif khusus, sementara untuk penumpang kelas ekonomi tidak ada kenaikan harga tiket.
- h. Wanita B : informasi lebih lengkap hubungi stasiun besar PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi IX Jember di nomor telepon 0331487202.

Konteks:

Seseorang ingin melakukan perjalanan dengan kereta api tetapi kurang informasi tentang jadwal dan rute perjalanan kereta api. Pada akhirnya dia mendapat informasi lengkap tentang bagaimana cara memesan tiket, jadwal dan rute perjalanan kereta api tersebut dari teman dekatnya.

Data (8) Iklan Mie Sedap

- a. Narator : Ini reaksi kalau kita ketahuan bohong  
 b. Wanita : Ih, Loe bohongin gue?  
 c. Pria : Udah udah udah, *enough*. Gue nggak percaya loe lagi.  
 d. Wanita : Nggak usah janji.  
 e. Wanita : Bohong lagi bohong lagi  
 f. Pria : Eh, emang tukang bohong.  
 g. Wanita : Sering-sering aja loe bohongin gue.  
 h. Pria : Sebel Gue.  
 i. Wanita : Bete  
 j. Pria : Sebel, resek.  
 k. Wanita : Ih, benci.  
 l. Pria : Kibul, kibul.  
 m. Wanita : Huh, kesel kesel kesel.  
 n. Narator : Soal kata lidah bisa bohong.  
 Udah, soal rasa lidah nggak bisa bohong.  
 Pas lidahmu nikmatin enaknyanya mie sedap.  
 o. Wanita : Ehm, sedap.  
 p. Wanita : Enak banget.  
 q. Wanita : Ehm, gila banget, enak.  
 r. Narator : Tuh kan lidah ga bisa bohong.  
 Rasa mie sedap, jelas terasa sedapnya.

Konteks:

Komentar orang-orang yang bereaksi terhadap seseorang yang berbohong. Orang beranggapan bahwa lidah seseorang bisa berbohong dalam berkata, tetapi lidah seseorang tidak bisa berbohong soal rasa mie Sedap yang jelas terasa sedapnya.