

TINDAK TUTUR ILOKUSI
DALAM IKLAN KOMERSIAL DI RADIO *KIS* FM
SEMARANG

Mita Amalia

A. PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi manusia yang sangat penting. Tanpa bahasa manusia tidak dapat saling berkomunikasi atau berinteraksi satu sama lain. Hanya dengan bahasa pula manusia dapat menemukan, memperbaharui, dan mengkomunikasikan gagasan. Penggunaan bahasa yang baik akan lebih memudahkan kedua belah pihak saling memahami pesan yang disampaikan.

Bahasa iklan di radio cenderung satu arah karena tidak ditampilkan secara langsung. Sebenarnya, iklan radio ditujukan pada pendengar agar informasi iklan dapat tersampaikan. Bahasa iklan dibuat sedemikian rupa agar menarik dan memenuhi tujuan pengiklan. Iklan tersebut ada yang berupa lagu atau *jingle*. *Jingle* adalah suatu gambaran dari sebuah iklan yang direalisasikan dalam bentuk musik. Di dalam *jingle* terdapat makna atau pesan yang terkait dengan apa yang diiklankan atau dipromosikan. Selain itu *jingle* berupa rekaman iklan yang sudah disiapkan sesuai tujuan atau jenis iklannya. Dengan *jingle*, konsumen diajak untuk mengenal produk lewat nada, lirik, dan lagu. Itu dilakukan berulang-ulang sehingga konsumen dirangsang mengenalnya lewat indra pendengaran melalui musik dan liriknya. Iklan yang biasanya ditayangkan di TV jika ditayangkan di radio cukup suara saja atau audio.

Iklan bertujuan agar calon konsumen tertarik terhadap iklan barang atau jasa yang diiklankan, misal iklan di radio *Kis* FM “Pengobatan Alternatif Bapak H. Zulkifli Husein” dalam sekali tayang memberikan informasi kepada calon konsumen tentang kemampuannya mengobati segala macam penyakit, contoh: bisa menyembuhkan berbagai penyakit dari yang ringan sampai yang berat; bisa

membantu pasien mendapatkan keturunan; bisa membuat fisik menjadi cantik dan langsing untuk wanita yang ideal. Disamping itu Bapak H. Zulkifli Husein juga bisa mencarikan jodoh, beliau juga bisa memberikan pelaris kepada pedagang. Sarana retorika yang dipakai adalah kalimatnya panjang lebar. Tujuannya untuk meyakinkan dan dapat dipercaya agar konsumen tertarik untuk membeli produk dan datang ke pengobatan alternatif tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis meneliti tuturan ilokusi dalam iklan komersial di radio *Kis FM* dikarenakan beberapa alasan. Alasan tersebut yaitu banyak pengiklan yang menawarkan barang atau jasa di radio tersebut dan tuturan ilokusi yang terdapat dalam iklan ini diduga sangat beragam, sehingga memberikan kemudahan bagi penulis untuk memperoleh data yang diinginkan. Selain itu, penulis tertarik terhadap kajian makrolinguistik dalam hal ini kajian pragmatik terutama penggunaan tuturan ilokusi.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh Billah (2007) dengan judul “Tindak Tutur dan Prinsip Kerja Sama dalam Iklan Produk Kesehatan di Tabloid *Nova*” Hasil penelitian ini menunjukkan pertama, berdasarkan panjang dan pendeknya tuturan atau kalimat dalam iklan.

Triastutik (2010) meneliti “Tuturan Iklan Brosur dalam Kajian Pragmatik”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa jenis tindak tutur dalam iklan brosur kartu seluler meliputi tindak ilokusi: asertif, direktif, komisif, dan ekspresif. Tindak perlokusinya: tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung.

Ulfa (2014) meneliti “Tindak Direktif dalam Iklan Pemutih Wajah di Internet dan Respon Publik Terhadapnya”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pada iklan-iklan kosmetik yang beredar di internet menggunakan tindak tutur direktif dalam memasarkan produknya. Tindak tutur direktif yang terdapat dalam penelitian ini antara lain tindak direktif langsung dan tindak direktif tidak langsung. Data-data iklan yang dianalisis mendapatkan respon publik yang cukup tinggi meskipun tuturan yang terdapat dalam iklan terkesan menantang dan

menjanjikan. Kelangsungan tuturan yang digunakan dalam iklan tersebut justru menjadi daya tarik yang kuat dan mampu menarik minat konsumen.

Zulyani (2014) meneliti “Tuturan Iklan Kecantikan pada Majalah *Kartini* dalam Kajian Pragmatik”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tuturan iklan kecantikan majalah *Kartini* pada dasarnya memiliki karakteristik kebahasaan yang unik. Tuturan iklan kecantikan pada majalah *Kartini* juga mengandung tindak tutur ilokusi yakni asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif.

Penelitian-penelitian sebelumnya tersebut ada kemiripan dengan penelitian penulis dalam hal teori yaitu pragmatik bidang tindak tutur, sedangkan perbedaannya terletak pada media yang digunakan, data dan sumber rujukan. Penelitian yang dilakukan oleh Billah (2007) menggunakan media cetak tabloid, penelitian Triastutik (2010) menggunakan media cetak brosur, penelitian Ulfa (2014) menggunakan media internet, dan penelitian Zulyani (2014) menggunakan media cetak majalah. Kelebihan media radio jangkauannya lebih luas kepada *audience*, disamping itu berbeda media pasti berbeda dalam penyampaian pembahasannya.

2. Pragmatik

Wijana (1996:2) dalam bukunya *Dasar-Dasar Pragmatik* mengungkapkan bahwa pragmatik adalah “cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yaitu mengenai bagaimana penggunaan satuan kebahasaan di dalam peristiwa komunikasi”. Yule (2006:3) mengatakan bahwa “pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca)”. Lebih lanjut, Yule (2006: 3-4) mengemukakan bahwa terdapat empat ruang lingkup dalam pragmatik, yaitu: (1) pragmatik adalah studi tentang maksud penutur, (2) pragmatik adalah studi tentang makna kontekstual, (3) pragmatik adalah studi tentang bagaimana agar lebih banyak yang disampaikan daripada yang dituturkan, (4) pragmatik adalah studi tentang ungkapan dari jarak hubungan.

3. Situasi Tutur

Pragmatik tidak dapat dipisahkan dengan konsep situasi tutur. Hal ini dikarenakan pragmatik adalah satu cabang ilmu bahasa yang berkaitan langsung dengan peristiwa komunikasi. Dengan menggunakan analisis pragmatik, maksud dari sebuah peristiwa tutur dapat diidentifikasi dengan mengamati situasi tutur yang meliputinya. Situasi tutur adalah situasi yang melahirkan tuturan. Hal ini tersebut berkaitan dengan adanya pendapat yang menyatakan bahwa tuturan merupakan akibat, sedangkan situasi merupakan penyebab terjadinya tuturan (Rustono, 1999:26). Leech (1993:19) mengungkapkan sejumlah aspek yang harus dipertimbangkan. Aspek tersebut antara lain penutur dan mitra tutur, konteks, tujuan tuturan, dan tindak tutur sebagai tindakan.

a. Penutur dan mitra tutur

Mitra tutur, begitu pula sebaliknya sehingga terwujud interaksi dalam komunikasi. Konsep tersebut juga mencakup penulis dan pembaca apabila tuturan tersebut dikomunikasikan dalam bentuk tulisan. Aspek-aspek yang terkait dengan penutur dan mitra tutur tersebut antara lain aspek usia, latar belakang sosial, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat keakraban. Aspek-aspek tersebut mempengaruhi daya tangkap mitra tutur, produksi tuturan, serta pengungkapan maksud (Saraswati, 2017:17).

b. Konteks tuturan

Konteks tuturan mencakup aspek-aspek tuturan yang relevan baik secara fisik maupun nonfisik. Konteks tuturan dapat pula diartikan sebagai semua latar belakang pengetahuan (*background knowledge*) yang diasumsikan sama-sama dimiliki dan dipahami bersama oleh penutur dengan mitra tutur, serta mendukung interpretasi mitra tutur apa yang dimaksudkan oleh si penutur dalam proses bertutur (Rahardi, 2003:20).

c. Tujuan tutur

Tujuan tuturan ialah apa yang ingin dicapai penutur melalui tindakan bertutur. Semua tuturan memiliki tujuan, hal tersebut memiliki arti bahwa tidak ada tuturan yang tidak mengungkapkan suatu tujuan. Dalam hubungan tersebut, bentuk tuturan yang bermacam-macam dapat digunakan untuk

menyatakan satu maksud dan sebaliknya satu tuturan dapat menyatakan berbagai macam maksud (Saraswati, 2017:18).

d. Tutur sebagai tindakan

Tuturan sebagai tindakan memiliki maksud bahwa tindak tutur merupakan sebuah tindakan. Menuturkan sebuah tuturan dapat dilihat sebagai melakukan tindakan. Tuturan dapat dikatakan sebagai sebuah tindakan karena dalam peristiwa tutur, tuturan dapat menimbulkan efek sebagaimana tindakan yang dilakukan oleh tangan atau bagian tubuh lain yang dapat mengekspresikan tindakan.

C. PEMBAHASAN

1. Jenis Tindak Tutur Illokusi dalam Iklan Komersial di Radio *Kis* FM

a. Tindak Tutur Asertif

Tindak tutur asertif menyatakan memiliki arti dalam kelas *verba* atau kata kerja yang menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya. Tindak tutur asertif yang terdapat pada iklan yang ada pada radio *Kis* antara lain “menyatakan”, “menyebutkan”, “menunjukkan” dan “memberikan kesaksian”.

Tindak tutur “menyatakan” memiliki arti dalam kelas *verba* atau kata kerja yang menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya. Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “combermex”, “Iklan Pengobatan Tradisional Bapak H. Zulkifli Husein”, dan data “Iklan Biopros”.

Tindak tutur “menyebutkan” merupakan tindak tutur yang masuk dalam *verba* yang berarti melakukan penyebutan, dengan tujuan untuk menyatakan nama atas sesuatu, memberi nama (kepada); menyatakan nama sesuatu; menamakan. Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “combermex”, “Iklan Pengobatan Tradisional Bapak H. Zulkifli Husein”, dan data “Iklan Biopros”.

Tindak tutur “menunjukkan” merupakan salah satu tindak tutur bersifat *verba*, yang bertujuan untuk memperlihatkan; menerangkan (dengan bukti

dsb); menandakan (bahwa...) dan juga untuk memberi tahu (tentang sesuatu). Tindak tutur ini terdapat pada data “Iklan Pengobatan Tradisional Bapak H. Zulkifli Husein”, dan data “Iklan Biopros”.

Tindak tutur “memberikan kesaksian” merupakan verba yang terdiri atas dua suku kata yaitu memberi, dan kesaksian. Dari kedua suku kata pembentuknya tersebut, maka ‘memberikan kesaksian’ dapat diartikan sebagai sebuah tindak tutur bersifat verba yang bertujuan untuk menyatakan suatu fakta yang dapat digunakan sebagai dasar kebenaran. Tindak tutur ini terdapat pada data “Iklan Pengobatan Tradisional Bapak H. Zulkifli Husein”, dan data “Iklan Biopros”.

b. Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan di dalam analisis iklan komersial di radio *Kis* FM. Tindak tutur yang termasuk ke dalam tuturan direktif dalam iklan komersial di radio adalah verba ‘mengajak’, ‘memberikan aba-aba’, dan ‘menyarankan’.

Tindak tutur “mengajak” merupakan salah satu bentuk tindak tutur bersifat verba, yang dipergunakan dengan tujuan untuk melakukan ajakan. Mengajak berarti meminta (menyilakan, menyuruh, dan sebagainya) supaya turut (datang dan sebagainya) atau supaya ikut melakukan suatu perbuatan yang sama. Tindak tutur ini terdapat pada data “Lombok Abang Tlogosari”, “Rocket Chicken”, “KFC Bulgogi”, dan data “Iklan sirup 14”.

Tindak tutur “memberikan aba-aba” merupakan salah satu bentuk tutur bersifat verba yang bertujuan untuk memberikan arahan secara pasti. Aba-aba adalah perintah yang bersifat dapat dilaksanakan pada saat itu juga, sehingga dengan adanya aba-aba ini seseorang dapat melakukan sesuatu sesuai petunjuk dan terhindar dari kesalahan yang dapat terjadi. Tindak tutur ini terdapat pada data “Rocket Chicken” dan data iklan “KFC Bulgogi”.

Tindak tutur “menyarankan” berasal dari kata dasar saran. Menyarankan adalah sebuah homonim karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan

yang sama tetapi maknanya berbeda. Menyarankan berarti memberikan saran (anjuran dan sebagainya); menganjurkan. Menyarankan berarti mempropagandakan: ia selalu menyarankan koleksi lukisannya kepada teman-temannya. Tindak tutur ini terdapat pada data “Iklan Lombok Abang Tlogosari”.

c. Tindak Tutur Ekspresif

Tindak tutur ekspresif adalah tindak tutur yang dimaksudkan pengiklan agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan di dalam iklan komersial radio *Kis* FM. Tuturan yang termasuk ke dalam tindak tuturan ekspresif dalam iklan komersial di radio *Kis* FM adalah verba ‘memuji’, ‘mengeluh’, ‘menyalahkan’, dan ‘mengkritik’.

Tindak tutur “memuji” adalah menyatakan sesuatu yang positif tentang seseorang, dengan tulus dan sejujurnya. Pujian itu adalah sesuatu ucapan yang membuat orang yang mendengarnya merasa tersanjung, sehingga dapat juga memberikan motivasi kepada orang yang di puji. Memuji berarti melahirkan kekaguman dan penghargaan kepada sesuatu. Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “Iklan Pajak”.

Tindak tutur “mengeluh” berasal dari kata dasar keluh. Mengeluh memiliki arti dalam kelas verba atau kata kerja sehingga mengeluh dapat menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya. Mengeluh berarti menyatakan susah (karena penderitaan, kesakitan, kekecewaan, dan sebagainya). Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “Iklan PLN Versi 1”.

Tindak tutur “menyalahkan” berasal dari kata dasar salah. Menyalahkan berarti menyatakan (memandang, menganggap) salah. Menyalahkan berarti melemparkan kesalahan kepada; mempersalahkan; menyesali. Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “Iklan PLN Versi 2”.

Tindak tutur “mengkritik” berasal dari kata dasar kritik. Mengkritik memiliki arti dalam kelas verba atau kata kerja sehingga mengkritik dapat menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian

dinamis lainnya. Mengkritik berarti mengemukakan kritik, atau dapat juga megecam. Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “Iklan PLN Versi 2”.

d. Tindak Tutur Komisif

Tindak tutur komisif adalah tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan di dalam tuturannya. Tutaran yang termasuk tindak tutur komisif adalah verba ‘berjanji’, ‘melarang’, dan ‘menyatakan kesanggupan’.

Tindak tutur “berjanji” adalah sebuah homonim karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Arti pertama memiliki arti dalam kelas verba atau kata kerja sehingga berjanji dapat menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya. Arti kedua janji berarti mengucapkan janji; menyatakan bersedia dan sanggup untuk berbuat sesuatu (memberi, menolong, datang, dan sebagainya). Berjanji berarti menyanggupi akan menepati apa yang telah dikatakan atau yang telah disetujui. Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “Tri Elektronik bulan Agustus”, “iklan Toko Pakaian Tanah Abang Tlogosari”, dan “iklan RB Grosirmart”.

Tindak tutur “melarang” berasal dari kata dasar larang. Melarang memiliki arti dalam kelas verba atau kata kerja sehingga melarang dapat menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya. Melarang berarti memerintahkan supaya tidak melakukan sesuatu; tidak memperbolehkan berbuat sesuatu. Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “Tri Elektronik bulan Agustus”, dan “iklan sirup data 13”.

Tindak tutur “menyatakan kesanggupan” terdiri dari 2 suku kata, yaitu menyatakan dan kesanggupan. Sanggup berarti bersedia, sanggup juga berarti mampu. Sementara menyatakan berarti memperlihatkan. Dengan demikian menyatakan kesanggupan dapat diartikan sebagai verba yang dituturkan untuk memperlihatkan adanya kesediaan atau kemampuan. Tindak tutur ini terdapat pada data iklan “Tri Elektronik bulan Agustus”, “iklan Toko Pakaian Tanah Abang Tlogosari”, dan “iklan RB Grosirmart”.

2. Fungsi Tindak Tutur Ilokusi dalam Iklan Radio

a. Membujuk Konsumen

Contoh tujuan untuk membujuk terdapat pada data (1) yang merupakan tindak tutur ilokusi berbentuk *jingle* pada produk obat cacing *Combermex*. Kata *ayo* disampaikan pengiklan untuk membujuk dan mempengaruhi pendengar agar pendengar minum obat cacing *Combermex*.

b. Mendorong Konsumen

Pada data (5) yang merupakan tindak tutur ilokusi. Kalimat *ajak teman atau keluargadengan harga yang sesuai dengan kantongmu harga mulai Rp 9.000,00 hanya di Rocket Chicken*. Kata *sesuai dengan kantongmu* disampaikan pengiklan untuk mendorong dan mempengaruhi pendengar agar pendengar datang ke *Rocket Chicken* untuk berbuka puasa bersama teman atau keluarga dengan harga yang sesuai kantong.

c. Menarik Perhatian

Tujuan menarik perhatian terdapat pada data “iklan Pajak”. Pesan ini disampaikan oleh Direktur Jenderal Pajak Jawa Tengah. Data (7) merupakan tindak tutur ilokusi. Kalimat yang menunjukkan maksud menarik perhatian terletak pada kalimat *Sekarang kalau melaporkan SPT tahunan bisa langsung ke kantor pelayanan pajak terdekat atau di KP2KP, mobil pajak keliling, pojok pajak dan dropbox di mana saja. Ada juga lho di mal-mal, Citraland Mal; Java Mal; Paragon Mal; DP Mal*. Kata *bisa langsung ke kantor pelayanan pajak terdekat* disampaikan pengiklan untuk menarik perhatian si pendengar agar segera membayar pajak di kantor pajak terdekat.

3. Wujud Tuturan Ilokusi dalam Iklan Komersial di Radio Kis FM Semarang

a. Tuturan Langsung

Tuturan secara langsung yaitu tuturan yang dilakukan penutur langsung ke lawan tutur. Tuturan jenis ini terdapat pada data iklan “*Combermex*”, dan data iklan “*Rocket Chicken*”. Tujuan digunakannya tuturan ilokusi secara

langsung dimaksud untuk membujuk pendengar agar melakukan hal yang disarankan.

b. Tuturan Tidak Langsung

Tuturan tidak langsung yaitu jika tuturan itu tidak langsung kontak antara penutur dan lawan tutur. Dalam dialog tuturan itu terjadi tuturan langsung tetapi tidak langsung kontak terhadap lawan tutur. Tuturan jenis ini terdapat pada data iklan “Pengobatan Tradisional Bapak H. Zulkifli Husein”, data “Lombok Abang Tlogosari” dan “Iklan Pajak”.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Tuturan ilokusi dalam penelitian ditemukan 4 jenis, yaitu (1) asertif dengan verba ‘menyatakan’, ‘menyebutkan’, ‘menunjukkan’, ‘memberikan kesaksian’ ; (2) direktif dengan verba ‘mengajak’, ‘memerintah’, ‘menyuruh’, ‘menyarankan’ ; (3) ekspresif dengan verba ‘memuji’, ‘mengeluh’, ‘menyalahkan’ , ‘mengkritik’ ; (4) komisif dengan verba ‘berjanji’, ‘melarang’, ‘menyatakan kesanggupan’.
- b. Fungsi ilokusi selalu memberikan efek ujaran terhadap lawan tutur yaitu perlokusi.
- c. Wujud tuturan ilokusi ada dua yaitu secara langsung dan tidak langsung.

2. Saran

Penelitian yang sudah ada selama ini yang membahas iklan di radio masih perlu diteliti lebih lanjut karena masih ada peluang yang bisa dikerjakan dalam penelitian ini. Misalnya dapat diteliti dalam kajian semiotik, stilistika, dll.