

**ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM IKLAN
RADIO 99,3 TOSS FM MERDUATI BANDA ACEH**

Skripsi

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan

oleh

Efrima
1411010049



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA
SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
BINA BANGSA GETSEMPENA
BANDA ACEH
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Efrima
Nim : 1411010049
Program Studi : Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia Dan Daerah
Judul Skripsi : Analisis Tinda Tutar Illokusi Pada Iklan Radio 99,3 Toss FM Banda Aceh

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan pada ujian skripsi program Sarjana

Banda Aceh, 30 Januari 2018

Pembimbing I



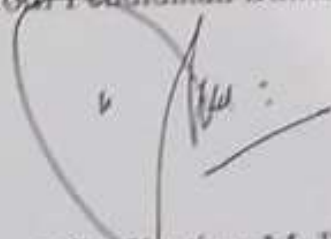
Harfiandi, M. Pd
NIDN 1317058801

Pembimbing II



Wahidah Nasution, M. Pd
NIDN 0108078703

Mengetahui,
Ketua Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia
an.



Rika Kustina, M. Pd
NIDN 0105048503

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Peneliian.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Mamfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Tindak Tutur	8
2.1.2 Jenis-Jenis Tindak Tutur.....	10
2.1.3 Tindak Tutur Ilokusi.....	12
2.1.4 Bentuk Dan Fungsi Ilokusi	14
2.1.5 Konteks Situasi Pertuturan	17
2.1.6 Iklan.....	23
2.1.7 Jenis Iklan Dan Dampaknya	24
2.1.8 Bahasa Iklan.....	27
2.2 Kajian Penelitian Yang Relevan	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	30
BAB III PROSEDUR PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.1.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	33
3.2 Latar Penelitian	34
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	34
3.2.2 Rentang Waktu.....	35
3.3.3 Subjek Penelitian.....	35
3.3 Data Dan Sumber Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36

3.5 Keabsahan Data	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	39
4.1 Data	39
4.1.1 Deskripsi Data	40
4.1.2 Analisis Data.....	42
4.1.2.1 Analisis Bentuk Tindak Tutur Ilokusi	42
4.1.2.2 Analisis Fungsi Tindak Tutur Ilokusi	46
4.2 Temuan Penelitian	62
4.2.1 Bentuk Tindak Tutur Ilokusi Dalam Ikla Radio 99,3 toss FM	62
4.2.2 Fungsi Tindak Tutur Ilokusi Dalam Iklan Radio 99,3 Toss FM ...	63
4.3 Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTKA.....	69
LAMPIRAN	72
DOKUMENTASI.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi untuk saling berhubungan dengan sesama. Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi, digunakan manusia untuk mengungkapkan ide, gagasan, keinginan, pendapat, tujuan, informasi, dan sebagai alat untuk bekerja sama dengan sesama. Oleh karena itu, bahasa mempunyai peranan yang penting bagi kehidupan manusia. Begitu pentingnya bahasa, sehingga Oka dan Suparno (1994:34) mengatakan bahwa bahasa tidak terpisahkan dari manusia dan mengikuti manusia dalam setiap kegiatannya.

Chaer (2010:11) menyatakan bahwa bahasa adalah sebuah sistem, artinya bahasa itu dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat dikaidahkan. Bahasa itu bersifat unik dan juga bersifat universal (Chaer, 2010:12). Unik, artinya memiliki ciri atau sifat khas yang dimiliki bahasa lain, universal berarti, memiliki ciri yang sama yang ada pada semua bahasa. Nababan (1993:1) berpendapat bahwa fungsi bahasa untuk komunikasi yaitu alat pergaulan dan berhubungan dengan sesama manusia sehingga terbentuk suatu sistem sosial atau masyarakat.

Bahasa merupakan alat komunikasi vital (Tarigan, 1990:4). Manusia dalam berkomunikasi menggunakan bahasa akan menghasilkan sebuah tuturan atau ujaran. Ujaran atau tuturan yang dituturkan tersebut dapat disampaikan secara tersirat maupun tersurat. Faktor-faktor penentu dalam berkomunikasi antara lain penutur,

mitra tutur, situasi, tujuan pembicaraan, konteks, jalur, media, dan peristiwa. Dengan adanya faktor tersebut, maka tindak tutur merupakan adanya pemahaman bagaimana bahasa itu digunakan dalam komunikasi dan bagaimana fenomena pragmatik tersebut menyelidiki tuturan yang terlihat konteks, bukan yang abstrak dalam komunikasi. Dengan kata lain, pragmatik mengkaji maksud penutur (Rohmadi 2004:2). Tindak tutur yang disampaikan seseorang meliputi (1) tindak tutur lokusi, (2) tindak tutur ilokusi, dan (3) tindak tutur perlokusi (Tarigan 1986:37). Kajian ini menfokuskan pada aspek tindak ilokusi. Tindak ilokusi adalah melakukan suatu tindakan dalam mengatakan sesuatu, yang mempunyai maksud dan fungsi atau daya tuturan (Tarigan 1986:37).

Tindak tutur ilokusi adalah sebuah tuturan selain untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu, juga dapat dipergunakan untuk melakukan sesuatu sejauh situasi tuturnya dipertimbangkan secara seksama (Wijana, 1996:18). Tindak tutur ilokusi penting dalam komunikasi karena menyertakan konteks tuturan dalam situasi tutur. Pada dasarnya tindak tutur ilokusi merupakan bagian sentral untuk memahami tindak tutur.

Selain itu pentingnya kajian terkait tindak tutur ilokusi pada sebuah iklan ialah memudahkan pemahaman mengenai kelangsungan dan keliteralan sebuah tuturan, dengan maksud tuturan (tindak ilokusi) tersebut. Selain kelangsungannya, kajian terkait tindak tutur ilokusi penting agar pemahaman mengenai tuturan apa yang diyakini penutur dengan apa yang diujarkan penutur. Apabila apa yang diyakini penutur sama dengan apa yang dituturkan maka tuturan tersebut merupakan tuturan

literal. Namun, apabila apa yang diujarkan penutur tidak sama dengan apa yang dituturkan maka tuturan tersebut merupakan tuturan tidak literal. Dengan adanya kajian tutur ilokusi kita dapat memahami kelangsungan dan keliteralan sebuah tuturan terutama pemahaman terhadap konteks dan melatar belakangi konteks tersebut. Oleh karena itu, dalam menganalisis tindak tutur bahasa iklan tidak dapat dilepaskan dari konteks yang disampaikan (Prasetya, 2017:3).

Keterangan di atas menunjukkan bahwa tindak tutur ilokusi bisa terjadi dimana saja dan kapan saja termasuk dalam dunia periklanan. Saat ini dunia periklanan sudah berkembang pesat seiring dengan perkembangan 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 ditampilkan dalam berbagai media, salah satunya radio di kota Banda Aceh terdapat berbagai radio yang saban hari menayangkan bermacam iklan baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Aceh, untuk penelitian ini hanya fokus pada iklan bahasa Indonesia. Salah satu radio yang tergolong banyak menyampaikan iklan adalah Radio 99,3 Toss FM Merduati Banda Aceh.

Pemutaran iklan pada Radio 99,3 Toss FM disetiap harinya mencapai satu hingga lima kali dengan durasi waktu setiap iklannya 30 detik hingga 5 menit. Pemutaran iklan dilakukan pada pagi hari sebanyak dua kali, siang hari satu kali, sore hari satu kali dan malam satu sampai dua kali pemutaran. Iklan yang disampaikan sangat bervariasi salah satunya ialah iklan penawaran berbagai produk dan jasa.

Proses pemutaran iklan pada Radio 99,3 Toss FM terlebih dahulu direkam baik oleh penyiar atau tokoh yang ditunjuk oleh pemasang iklan untuk diputar sesuai jumlah yang diinginkan oleh pemasang iklan. Jenis iklan yang ditayangkan sangat beragam, mulai dari iklan perdagangan/produksi, iklan institusi, iklan ritel dan lain sebagainya. Banyaknya iklan karena radio ini cukup diminati oleh pendengar, baik pelajar, mahasiswa, pegawai, wira swasta, ibu rumah tangga dan lain-lain.

Hal yang menarik dari iklan radio adalah iklan radio berbeda dengan iklan televisi, walaupun kedua-duanya 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 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. Sesuai dengan tujuan iklan yaitu untuk membujuk masyarakat, membuat 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.

Salah satu keunggulan radio adalah dapat dibawa kemana saja dan dapat dinikmati oleh siapa saja, orang dapat mendengar radio di jalan, di tempat tidur, di mobil, atau di tempat-tempat lain. Orang juga dapat mendengar radio sambil santai ataupun sambil mengerjakan sesuatu. Radio adalah salah satu media dalam

komunikasi massa, memang tidak mungkin melepaskan diri dari penggunaan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi.

Berdasarkan pemaparan di atas, klasifikasi tindak tutur ilokusi dalam iklan menarik untuk dijadikan suatu penelitian, melihat masih minimnya kajian yang dilakukan. Dengan adanya kajian ini dapat diketahui klasifikasi pembagian tindak tutur ilokusi yang terdapat pada iklan Radio 99,3 Toss FM Merduati Banda Aceh.

1.2 Fokus Penelitian

Di dalam penelitian ini, hanya fokus membahas bentuk dan fungsi 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 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 satu stasiun radio 99,3 Toss FM Merduati Banda Aceh

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimana bentuk tindak tutur ilokusi dalam iklan Radio 99,3 Toss FM Merduati Banda Aceh?

- 2) Bagaimana fungsi tindak tutur ilokusi dalam iklan Radio 99,3 Toss FM Merduati Banda Aceh?

1.4 Tujuan Penelitian

Senada dengan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Mendeskripsikan bentuk tindak tutur ilokusi dalam iklan Radio 99,3 Toss FM Merduati Banda Aceh.
- 2) Mendeskripsikan fungsi tindak tutur ilokusi dalam iklan Radio 99,3 Toss FM Merduati Banda Aceh.

1.5 Manfaat Penelitian

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

- 1) Manfaat teoritis

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.

- 2) Manfaat praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah dapat memberikan tambahan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti 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.

