

**TINDAK TUTUR PADA IKLAN PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI
DI TELEVISI DAN IMPLIKASINYA DALAM PEMBELAJARAN
BAHASA INDONESIA DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA**

(Tesis)

Oleh

RIAN ANDRI PRASETYA



**MAGISTER PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

ABSTRAK

TINDAK TUTUR PADA IKLAN PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI DI TELEVISI DAN IMPLIKASINYA DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA

**Oleh
Rian Andri Prasetya**

Salah satu fenomena kebahasaan yang saat ini sedang terjadi adalah mengenai penggunaan bahasa pada iklan khususnya pada iklan makanan cepat saji di televisi. Permasalahan inilah yang penulis angkat pada penelitian ini, yakni tindak tutur pada iklan produk makanan cepat saji di televisi dan implikasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP. Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) menjelaskan tindak tutur pada bahasa iklan makanan cepat saji di televisi, dan (2) mengimplikasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian berupa tuturan yang terdapat dalam iklan produk makanan cepat saji di televisi baik secara lisan maupun tulisan. Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan produk makanan cepat saji yang tayang di televisi. Produsen makanan cepat saji yang menjadi sumber data adalah KFC dan Mc Donald. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik rekam, simak, dan catat. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis heuristik. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data dilakukan dengan mereduksi data, menyajikan data dalam korpus data, menginterpretasi data dengan menggunakan teknik analisis heuristik, dan selanjutnya menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur pada iklan makanan cepat saji di televisi menggunakan tindak tutur langsung literal dan tindak tutur tidak langsung literal dengan berbagai fungsi komunikatifnya yang berfungsi menarik konsumen dengan cara memberikan penawaran dengan melibatkan berbagai ekspresi perasaan serta informasi-informasi mengenai menu-menu yang ditawarkan. Hasil penelitian ini juga dapat diimplikasikan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP sebagai sumber belajar siswa dalam pembelajaran teks eksposisi. Siswa dapat menggunakan iklan makanan cepat saji sebagai sumber belajar dalam menyusun teks eksposisi karena dengan memahami tuturan pada iklan tersebut siswa dapat menemukan gagasan serta menangkap berbagai argumen sebagai pendukung gagasan dalam penyusunan teks eksposisi.

Kata kunci : tindak tutur, iklan, makanan, cepat saji.

ABSTRACT

SPEECH ACTS OF FAST FOOD ADVERTISING ON TELEVISION AND ITS IMPLEMENTATION TOWARDS INDONESIAN LANGUAGE LEARNING IN JUNIOR HIGH SCHOOL

By

Rian Andri Prasetya

One of linguistic phenomena which is happening is the use of language in advertising especially fast food advertising on television. In this research, the researcher focuses on speech acts of fast food advertising on television and its implementation towards Indonesian language learning in junior high school. This research aims to (1) explain speech acts of fast food advertising on television, and (2) to find out its implementation towards Indonesian language learning in Junior High School.

The research method used in this research was descriptive qualitative. Research data were speech acts of fast food advertising on television both in oral and written. Data sources in this research were fast food advertising on television. Fast food producers used in this research were KFC and Mc Donald. Data collecting techniques used in this research were recording, observing, and reporting . Heuristic data analysis used to analyze the data by using the following steps (1) data reduction, (2) data presentation, (3) data interpretation, and (4) conclusion.

The results of the research showed that speech acts of fast food advertising on television used direct and indirect literal speech acts which having some communicative functions such as to attract the cosumers by giving offerings that involve feelings expression and related information. The results of this research revealed that its implementation can be used to Indonesian language learning in Junior High School as students learning resources in exposition text. The students are able to use fast food advertising as learning resources because comprehending speech acts in advertising make the students be able to find out main idea and arguments that support main idea in composing exposition text.

Keywords: speech acts, advertising, fast food

**TINDAK TUTUR PADA IKLAN PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI DI
TELEVISI DAN IMPLIKASINYA DALAM PEMBELAJARAN BAHASA
INDONESIA DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA**

Oleh

RIAN ANDRI PRASETYA

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
MAGISTER PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA**

Pada

**Program Pascasarjana Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung**



**MAGISTER PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

Judul Tesis : **Tindak Tutur pada Iklan Produk Makanan Cepat Saji di Televisi dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama**

Nama Mahasiswa : **Rian Andri Prasetya**

No. Pokok Mahasiswa : 1423041025

Program Studi : **Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia**

Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



1. Komisi Pembimbing

Dr. Siti Samhati, M.Pd.

NIP 19620829 198803 2 001

Dr. Mulyanto Widodo, M.Pd.

NIP 19620203 198811 1 001

2. Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni

Dr. Mulyanto Widodo, M.Pd.

NIP 19620203 198811 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Siti Samhati, M.Pd.**

Sekretaris : **Dr. Mulyanto Widodo, M.Pd.**

Penguji Anggota : I. **Dr. Nurlaksana Eko Rusminto, M.Pd.**

II. **Dr. Edi Suyanto, M.Pd.**

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dr. Muhammad Fuad, M.Hum.

NIP. 19590722 198603 1 003

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Sudjarwo, M.S.

NIP. 19530528 198103 1 002

4. Tanggal Lulus Ujian : 06 Januari 2017

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Tesis dengan judul *Tindak Tutur pada Iklan Produk Makanan Cepat Saji di Televisi dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama* adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di masyarakat ilmiah.
2. Hak intelektual pada karya ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima sanksi jika ternyata ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan dalam tesis ini atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya.

Bandarlampung, Januari 2017

Yang menyatakan,



Rian Andri Prasetya
NPM 1423041025

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Sekampung pada 2 September 1990 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara, buah hati pasangan Rudianto, dan Siti Romlah. Pada tahun 2002, penulis menyelesaikan pendidikan dasar di MIM Trimulyo Kec. Sekampung. Pada tahun 2005, penulis menyelesaikan pendidikan tingkat pertama di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Metro. Pada tahun 2005, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Metro dan lulus pada tahun 2008.

Pada tahun 2008, Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Lampung di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah dan lulus tahun 2014.

Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa pascasarjana di Universitas Lampung, Program Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

MOTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Al-Baqarah: 153)

PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan dan hadiahkan kepada

1. Orang tuaku, Rudianto, AMK. dan Ibu Siti Romlah, S.Pd. yang senantiasa berjuang tanpa lelah, memberi tanpa berharap kembali, berdoa tanpa henti dalam setiap hembusan napasnya, mendidik dengan penuh cinta kasih, merawat dan membesarkan dengan tulus tanpa pamrih, menanti dengan penuh kesabaran, serta memberikan nafkah lahir batin dengan segala tetesan peluh dan linangan air mata. Semoga Allah *Subhanahu Wataala* membalas setiap butir peluh dan jejak langkah Bapak dan Ibu dengan kebahagiaan di surga. *Aamiin*
2. Adik-adikku Tersayang (dr. Resti Lhutvia Andani dan Rafika Yuda Prasasti), terima kasih untuk segala kasih sayang, motivasi, dukungan, dan usaha untuk memberikan keceriaan kepadaku.
3. Almamater tercinta, Universitas Lampung yang telah membekaliku dengan ilmu yang bermanfaat dan berguna sebagai bekalku untuk hidup yang lebih baik, dan juga mendewasakanku dalam berpikir, bertutur, bertindak, dan memberikan pengalaman yang tidak terlupakan.

SANWACANA

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah *Subhanahuwataala*, atas rahmat dan karunia-Nya yang luar biasa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis berjudul *Tindak Tutur pada Iklan Produk Makanan Cepat Saji di Televisi dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama*. Penulis dalam menyelesaikan tesis ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Dalam hal ini, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada

1. Prof. Dr. Hasriadi Mat Akin, M.P., selaku Rektor Universitas Lampung;
2. Dr. Muhammad Fuad, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung;
3. Prof. Dr. Sudjarwo, M.S., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Lampung;
4. Dr. Mulyanto Widodo, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung sekaligus dosen pembimbing kedua yang telah banyak membantu, membimbing, mengarahkan, dan memberikan saran kepada penulis dengan penuh kesabaran dalam penulisan tesis ini,
5. Dr. Edi Suyanto., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, sekaligus dosen pembahas tamu yang telah

bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan dalam penyelesaian tesis ini;

6. Dr. Siti Samhati, M.Pd., selaku, dosen pembimbing akademik, sekaligus dosen pembimbing pertama, yang telah memberikan bimbingan, nasihat, arahan, saran, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini;
7. Dr. Nurlaksana Eko R., M.Pd., selaku Dosen Pembahas yang telah bersedia memberikan saran dan masukan agar tesis ini menjadi lebih bermakna;
8. Bapak dan Ibu dosen Program Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberi berbagai ilmu yang bermanfaat sebagai bekal hidup kepada penulis;
9. Staf Administrasi Program Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah banyak membantu penulis selama ini;
10. Rekan-rekan seperjuangan, mahasiswa Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan banyak bantuan, dorongan, motivasi, hiburan, dan cerita indah selama bersama-sama menempuh pendidikan;
11. Ayahanda Rudianto dan Ibunda Siti Romlah yang penulis cintai, yang selalu dengan sabar memberi nasihat, selalu mendoakan, dan mendengarkan keluhan penulis selama proses pengerjaan tesis ini;
12. Adik-adikku (dr. Resti Lhutvia Andani beserta suami Farid Prajayadi, dan Rafika Yuda Prasasti) yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis;
13. Seseorang yang selalu memberi perhatian, dukungan, motivasi, dan pengertian (Octavia Panjining Cahya), terima kasih untuk kebersamaan kita selama ini.
Semoga Allah senantiasa memberi yang terbaik kepada kita, *aamiin*,

14. Sahabat-sahabatku (Yugo, Yogi, Dicki, Rio, Ferdi, Ari, Yoma, Ilham, Adit Bapet, Adit Botak, Arif Unyil, Arif Bakin, Bagus, Edo, Adi, Mas Yuda, Mas Agung, Nanda, Yoga, Hafi), terima kasih atas persahabatan, kebersamaan, dan dukungan yang telah kalian berikan.
15. Teman-teman Kancil (Babang Hendra, Bubung Hendri, Beni, Ronny, Reza, Tino, Febri, Eduard, dan Radian), terima kasih untuk persahabatan, kebersamaan dan dukungan yang selama ini kalian berikan.
16. Drs. Haryanto, M.Sc., selaku Kepala SMP Negeri 1 Bandarlampung yang telah banyak memberikan dorongan, motivasi, serta nasihat-nasihat bagi penulis.
17. Guru-guru dan seluruh warga SMP Negeri 1 Bandarlampung yang telah memberikan ruang untuk penulis mengamalkan ilmu yang penulis miliki.
18. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis hanya dapat mengucapkan doa semoga Allah *Subhanahu wa taala* selalu memberikan balasan yang lebih besar untuk Bapak, Ibu dan rekan-rekan semua. Hanya ucapan terimakasih dan doa yang bisa penulis berikan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, *amin*.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Bandarlampung, Januari 2017
Penulis

Rian Andri Prasetya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
SANWACANA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN DAN TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	11
 II. TINJAUAN PUSTAKA	 12
2.1 Hakikat Bahasa	12
2.2Kajian Pragmatik	18
2.3 Tindak Tutur	21
2.3.1 Hakikat Tindak Tutur.....	21
2.3.2 Jenis-Jenis Tindak Tutur	22
2.3.2.1 Tindak Ilokusi Menurut Leech	27
2.3.2.2 Tindak Ilokusi Menurut Searl	27
a. Asertif	27
b. Direktif	28
c. Komisif	29
d. Ekspresif	30
e. Deklaratif	31
2.3.2.3 Kelangsungan dan Ketidaklangsungan Tutaran	32
2.3.2.4 Keliteralan dan Ketidakliteralan Tutaran	34
2.3.2.5 Tindak Tutur Langsung Literal	35
2.3.2.6 Tindak Tutur Langsung Tidak Literal	35
2.3.2.7 Tindak Tutur Tidak Langsung Literal	36
2.3.2.8 Tindak Tutur Tidak Langsung Tidak Literal	37
2.3.2.9 Tindak Komunikatif Menurut Halliday	37

2.3.2.10 Tindak komunikatif menurut Imber dan Klinger	38
2.3.3 Interpretasi Tuturan	43
2.3.3.1 Prosedur Analisis Pragmatik dari Sudut Pandang Penutur	43
2.3.3.2 Prosedur Analisis Pragmatik dari Sudut Pandang Mitra Tutur	44
2.4 Konteks	48
2.4.1 Waktu, Tempat, dan Suasana	48
2.4.2 Instrumen yang Digunakan	49
2.4.3 Cara dan Etika Tutur	49
2.4.4 Alur Ujaran dan Pelibat Tutur	49
2.4.5 Rasa, Nada dan Ragam Bahasa	50
2.4.6 Amanat Tutur	51
2.5 Implikatur	51
2.6 Periklanan	57
2.7 Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama (SMP)	59
2.8 Sumber Belajar	64
2.8.1 Pengertian Sumber Belajar	65
2.8.2 Jenis-Jenis Sumber Belajar	65
2.8.3 Pemilihan Sumber Belajar	66
III. METODE PENELITIAN	68
3.1 Desain Penelitian	68
3.2 Sumber Data	69
3.3 Instrumen Penelitian	70
3.4 Teknik Pengumpulan Data	70
3.5 Teknik Analisis Data.....	70
3.6 Langkah-langkah Analisis Data	71
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Hasil Penelitian	74
4.2 Pembahasan	78
4.2.1 Tindak Tutur Langsung Literal pada Iklan Makanan Cepat Saji	78
4.2.1.1 Asertif	78
4.2.1.2 Komisif	87
4.2.1.3 Direktif	92
4.2.1.4 Ekspresif	94
4.2.1.5 Deklaratif	102
4.2.2 Tindak Tutur Tidak Langsung Literal pada Iklan Makanan Cepat Saji	104
4.2.2.1 Asertif	104
4.2.2.2 Komisif	108
4.2.2.3 Direktif	111
4.2.2.4 Ekspresif	115

4.2.3 Implikatur Bahasa Iklan Makanan Cepat Saji	123
4.2.3.1 Mengungkapkan Ekspresi sebagai Implikatur dalam Memperkenalkan Produk	124
4.2.3.2 Menyatakan Informasi sebagai Implikatur dalam Mengungkapkan Kebanggaan	126
4.2.3.3 Mengungkapkan Kekecewaan sebagai Implikatur dalam Menawarkan Keunggulan Produk	128
4.2.3.4 Mengungkapkan Rasa Bahagia sebagai Implikatur dalam Menginformasikan Keunggulan Produk	129
4.3 Implikasi Hasil Penelitian dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP	131
4.3.1 Kristalisasi Hasil Penelitian	131
4.3.2 Kesesuaian Hasil Penelitian dengan KD pada Kurikulum 2013	132
4.3.3 Pemanfaatan Hasil Penelitian pada Pembelajaran Teks Eksposisi	134
4.3.4 Skenario Pembelajaran dengan Iklan Produk Makanan Cepat Saji sebagai Sumber Belajar	137
V. SIMPULAN DAN SARAN	149
5.1 Simpulan	149
5.2 Saran	151

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN DAN TABEL

Bagan 1. Analisis Cara-Tujuan (<i>Means-Ends</i>)	44
Bagan 2. Analisis Heuristik	46
Tabel 2.1 Pemetaan Genre Mata Pelajaran Bahasa Indonesia di SMP	63
Bagan 3.1 Contoh Analisis Heuristik	71
Tabel 3.1 Contoh Kartu Data	72
Tabel 4.1 Tindak Tutur dalam Iklan Makanan Cepat Saji di Televisi	76
Tabel 4.2 Tindak Ilokusi dalam Iklan Makanan Cepat Saji di Televisi.....	77
Tabel 4.3 Struktur Teks Eksposisi	132

DAFTAR LAMPIRAN

1. Data Bahasa Lisan dan Tulisan Iklan Produk Makanan Cepat Saji
2. Korpus Data Tindak Tutur Bahasa Iklan
3. Korpus Data Implikatur Bahasa Iklan
4. Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Teks Eksposisi SMP Kelas VIII

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri periklanan saat ini berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan tersebut didukung oleh perkembangan teknologi informasi di seluruh dunia. Dahulu perkembangan teknologi informasi berada pada fase teknologi media cetak, industri periklanan menggunakan media cetak sebagai alat untuk memperkenalkan produk yang akan dipasarkan melalui gambar maupun tulisan yang diterbitkan di koran, majalah, maupun poster.

Seiring perkembangan zaman, teknologi informasi juga mengalami perkembangan. Pada awalnya, teknologi informasi hanya berupa media cetak kini mencapai pada taraf media elektronik yang dapat mengakomodasi informasi lewat suara maupun gambar bergerak. Teknologi informasi yang hanya berupa suara terdapat pada radio sedangkan teknologi yang berupa suara dan gambar bergerak terdapat pada televisi. Perkembangan industri periklanan di televisi dan media masa lainnya juga menunjukkan perubahan orientasi yang signifikan dari sifatnya yang hanya sekadar menempatkan iklan berbayar pada media masa menjadi upaya penentuan dan pelaksanaan keputusan yang paling efektif dan efisien bagi produsen untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Sebagai salah satu media yang digunakan dalam industri periklanan, televisi memiliki berbagai kelebihan dibandingkan dengan media lainnya yang mencakup

daya jangkau luas, selektivitas dan fleksibilitas, fokus perhatian, kreativitas dan efek, prestise, serta waktu tertentu (Morissan, 2010: 240). Daya jangkau yang luas televisi didukung oleh daya jangkau siaran yang semakin luas dan murah nya harga televisi sehingga orang dapat dengan mudah memiliki dan menikmati siaran televisi.

Lewat daya jangkanya yang luas, televisi dapat menjadi sarana bagi stasiun-stasiun televisi untuk menjangkau penonton dari kalangan umum sampai kalangan tertentu melalui program siarannya dan juga digunakan sebagai ajang untuk promosi sebuah produk. Misalnya, televisi yang menayangkan program pertandingan sepak bola akan menjadi sasaran bagi produsen peralatan sepak bola untuk memasang iklan karena program tersebut disaksikan oleh orang-orang yang menyukai olahraga sepak bola. Bahkan perkembangan iklan yang ada pada sebuah program untuk kalangan tertentu tidak hanya digunakan untuk produsen yang berkaitan dengan program tersebut, contohnya program olah raga di televisi banyak digunakan oleh produsen makanan maupun minuman sebagai sarana mengenalkan produk mereka.

Salah satu program yang ada pada stasiun televisi adalah program iklan. Program ini memberikan ruang bagi para produsen yang akan mempromosikan produknya ke masyarakat dengan timbal-balik berupa bayaran kepada stasiun televisi.

Pembayaran iklan di televisi dihitung berdasarkan waktu tayang iklan, oleh karena itu produsen mengelola dan menyampaikan informasi melalui iklan dengan cepat dan berimbang kepada konsumen. Salah satu cara produsen untuk mengelola durasi waktu tayang iklan adalah menggunakan bahasa yang sederhana dan

singkat dengan balutan konteks namun penonton tetap dapat memahami maksud iklan tersebut. Ruang iklan yang diberikan stasiun televisi biasanya terletak pada jeda program acara yang sedang berlangsung.

Siaran iklan di televisi akan selalu menjadi pusat perhatian bagi penonton pada saat iklan itu ditayangkan. Jika penonton tidak memindahkan salurannya ke program stasiun televisi lain, maka penonton akan menyaksikan tayangan-tayangan iklan televisi itu satu per satu. Berbeda dengan iklan yang terdapat di koran yang terletak pada kolom-kolom koran yang dapat diabaikan pembaca, penonton televisi harus menyaksikan iklan yang disajikan di jeda sebuah program acara dengan penuh perhatian dan tuntas.

Iklan di televisi dinilai efektif dalam pemasaran sebuah produk karena lewat televisi produk tersebut dapat digambarkan secara jelas tentang cara penggunaan dan manfaatnya dengan balutan sebuah cerita pendek yang dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Untuk dapat menarik konsumen para produsen berlomba-lomba membuat sebuah iklan yang unik dari segi konsep iklannya, konteks iklan, serta pilihan bahasa yang digunakan dengan waktu yang relatif singkat. Waktu iklan yang relatif singkat tersebut mendorong kreativitas produsen untuk membuat sebuah iklan yang dapat menggambarkan produk yang ditawarkan. Kreativitas yang dilakukan antara lain dengan penggunaan bahasa dan pendayagunaan konteks tayangan.

Perkembangan bahasa searah dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Saat ini semakin disadari bahasa merupakan sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan suatu pikiran, perasaan, dan informasi dalam

kehidupan bermasyarakat. Bahkan, dalam dunia periklanan bahasa merupakan sebuah sarana yang sangat penting dalam memperkenalkan dan memengaruhi orang untuk membeli sebuah produk. Dalam dunia periklanan, bahasa digunakan untuk menguasai jalan pikiran orang lain dalam bentuk bujukan dan rayuan dengan tujuan agar orang membeli produk yang diiklankan. Dengan kata lain, pembuat iklan ingin menyebarkan ideologi produk yang diiklankan kepada pembaca atau penonton iklan. Ada kalanya ideologi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh orang sehingga meningkatkan angka penjualan produk namun jika ideologi tersebut tidak diterima maka penjualan produk dapat dipastikan tidak akan berhasil.

Setiap produk yang diiklankan tidak hanya membuat sebuah bentuk bahasa iklan yang baik, tetapi juga membuat sebuah wacana iklan yang sedemikian rupa agar menarik pembeli. Sebagai satuan bahasa yang lengkap, maka dalam wacana itu berarti terdapat konsep, gagasan, pikiran, atau ide yang utuh, yang bisa dipahami oleh pembaca (dalam wacana tulis) atau pendengar (dalam wacana lisan) tanpa keraguan apapun. Wacana dapat berupa kata, kalimat, paragraf, atau karangan utuh yang lebih besar dengan keutuhan unsur makna dan konteks yang melingkupinya.

Wacana yang terdapat pada iklan sebuah produk merupakan wacana yang bersifat persuasif. Keraf (1985: 119) menyatakan bahwa wacana persuasi adalah wacana yang bertujuan mengubah pikiran orang untuk menerima atau melakukan sesuatu sesuai dengan wacana yang digambarkan. Pernyataan tersebut sangat sesuai dengan tujuan iklan, yaitu memengaruhi orang untuk membeli sebuah produk.

Sesuai dengan tujuan tersebut, produsen saat ini berlomba-lomba untuk dapat menyukseskan penjualan produknya dengan membuat iklan-iklan yang kreatif dan efektif.

Proses kreativitas yang dilakukan oleh produsen dalam membuat iklan sangat menarik untuk dianalisis. Salah satu proses kreativitas yang dilakukan oleh produsen dalam membuat iklan adalah perpaduan antara gambar, warna, suara, penggunaan bahasa secara lisan dan tulisan, serta konteks yang melatarbelakanginya. Hal tersebut bertujuan agar konsumen dapat memahami makna dan maksud iklan. Untuk dapat menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen membeli produk tersebut, pemahaman makna bahasa iklan yang ditayangkan menjadi sebuah hal yang penting.

Pemahaman konsumen dapat dikaji melalui pemahaman makna serta maksud yang terdapat dalam bahasa iklan. Pemahaman makna dan maksud dalam iklan dapat dikaji melalui analisis pragmatik berupa analisis tindak tutur dalam bahasa iklan. Tindak tutur iklan yaitu penggunaan bahasa untuk melakukan suatu tindakan dengan balutan konteks berupa ruang dan waktu dalam penggunaannya dalam iklan. Jenis tindak tutur terbagi menjadi tiga, yaitu tindak lokusi, tindak ilokusi dan tindak perlokusi. Tindak lokusi merupakan makna apa adanya dari sebuah tuturan, tindak ilokusi merupakan maksud yang terdapat dalam tuturan, sedangkan tindak perlokusi merupakan dampak yang ditimbulkan dari tuturan tersebut.

Pemahaman mengenai tindak tutur juga dapat dipahami melalui kelangsungan dan keliteralan sebuah tuturan. Kelangsungan tuturan dapat dipahami apabila makna

tuturan (tindak lokusi) sama dengan maksud tuturan (tindak ilokusi) tersebut, bentuk tuturan yang seperti ini merupakan tuturan langsung. Namun, apabila makna tuturan (tindak lokusi) tidak sama dengan maksud tuturan (tindak ilokusi) termasuk dalam bentuk tindak tutur tidak langsung. Bentuk tindak tutur tidak langsung ini juga disebut sebagai implikatur, karena membungkus sesuatu (maksud tuturan) dengan sesuatu yang lain (makna tuturan). Perbedaan tersebut dapat terjadi apabila tuturan dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakanginya.

Selain kelangsungannya, pemahaman mengenai tuturan dapat dipahami melalui keliteralan tuturan. Keliteralan sebuah tuturan dapat dipahami melalui 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. Untuk dapat memahami kelangsungan dan keliteralan sebuah tuturan juga diperlukan pemahaman konteks yang melatarbelakanginya. Oleh karena itu, dalam menganalisis tindak tutur bahasa iklan tidak dapat dilepaskan dari konteks.

Salah satu iklan yang menarik adalah iklan produk makanan cepat saji. Produk makanan cepat saji yang terdapat di Indonesia saat ini sangat beragam namun produk makanan cepat saji yang produktif dalam membuat tayangan iklan di televisi adalah Kentucky Fried Chicken (KFC) dan Mc Donald's (McD). Kedua perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang berasal dari Amerika Serikat dan memiliki banyak cabang di seluruh dunia termasuk di Indonesia. KFC dan McD adalah dua perusahaan makanan cepat saji terbesar yang terdapat di Indonesia.

Iklan televisi yang dibuat oleh kedua perusahaan tersebut tayang setiap hari di televisi nasional maupun televisi swasta.

Kesuksesan kedua perusahaan tersebut dalam menjaring konsumen tidak dapat dilepaskan dari tayangan iklan produk mereka di televisi. Salah satu iklan makanan cepat saji yang saat ini tayang di televisi adalah iklan KFC *Goceng+* iklan ini berisi informasi tentang salah satu produk KFC yang diberi nama *Goceng+*. Pengertian kata *Goceng+* mengacu pada harga tiap jenis makanan dalam produk tersebut dengan kisaran harga Rp. 5.000,00. Bahasa yang digunakan dalam iklan tersebut sangat menarik untuk dianalisis. Tuturan awal iklan “Soal seru-seruan emang cuma *goceng plus gacoannya*” dapat dipahami tindak lokusnya dengan makna *Goceng+* yang berarti lima ribu dan *gacoannya* memiliki makna sesuatu yang dapat diandalkan, jadi pengertian dari kalimat tersebut adalah untuk kegiatan yang menyenangkan, *jagoannya* adalah paket menu makanan yang berharga lima ribuan dari KFC .

Pemahaman mengenai maksud tuturan tersebut dapat dipahami melalui bentuk tuturan serta fungsi komunikatif dari tuturan tersebut berdasar pada balutan konteksnya. Bentuk tuturan “Soal seru-seruan emang cuma *goceng plus gacoannya*” dapat dipahami sebagai tindak tutur tidak langsung literal dengan fungsi komunikatif menyatakan. Tuturan tersebut termasuk dalam tindak tutur tidak langsung karena tuturan memiliki makna (tindak lokusi) yang berbeda dari maksudnya (tindak ilokusi). Iklan tersebut menampilkan remaja-remaja yang sedang melakukan berbagai aktivitas, yaitu olahraga dan berkumpul dengan teman serta remaja yang aktif di media sosial. Pemilihan remaja sebagai model iklan

menunjukkan bahwa produk ini memiliki harga yang murah dan terjangkau namun tidak kalah berkualitas dari produk-produk KFC lain yang memiliki harga lebih mahal sehingga remaja tidak perlu malu apabila membeli kemudian membagikannya lewat media sosial. Dengan kata lain, tuturan “Soal seru-seruan emang cuma *goceng plus gacoannya*” merupakan sebuah tindak tutur dengan fungsi komunikatif menyatakan bahwa “Ada sebuah menu KFC bernama *goceng+* yang memiliki harga yang murah dan berkualitas jadi jangan malu untuk membagikannya di media sosial”. Tuturan tersebut merupakan tindak tutur literal karena apa yang diyakini oleh penutur berupa keyakinan bahwa menu KFC Goceng+ merupakan menu yang terjangkau dan berkualitas sama dengan tuturan “Soal seru-seruan emang cuma *goceng plus gacoannya*”. Berdasarkan penjelasan di atas, tampaknya tindak tutur pada iklan sangatlah penting untuk diteliti berdasarkan kelangsungan dan keliteralan tuturan dengan fungsi komunikatifnya dalam balutan konteks yang melatarbelakanginya sebagai cara dalam memahami tuturan secara utuh.

Penelitian sebelumnya mengenai bahasa iklan telah banyak dilakukan antara lain penelitian berjudul *Analisis Pragmatik Bahasa Iklan pada Media Elektronik Tahun 2012* yang ditulis oleh Samsul Arifin dan diterbitkan oleh Jurnal Ilmiah Pendidikan STKIP Dr. Nugroho Magetan Volume 01, Nomor 01, November 2013. *Analisis Gaya Bahasa Iklan di Televisi* yang ditulis oleh Suwito dan diterbitkan oleh Jurnal NOSI Volume 1, Nomor 4, Agustus 2013. *Analisis Pemakaian Gaya Bahasa pada Iklan Produk Kecantikan Perawatan Kulit Wajah di Televisi* yang ditulis oleh Kusumawati dan diterbitkan oleh Universitas Sebelas Maret di Surakarta. *Bahasa pada Dialog Iklan Produk-Produk PT Unilever Tbk di*

Televisi Swasta Indonesia (Kajian Pragmatik) yang ditulis oleh Berlian Raharjo dan diterbitkan oleh Universitas Sebelas Maret di Surakarta. Perbedaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian sebelumnya terletak pada sasaran analisis bahasa. Penelitian yang saya lakukan menganalisis tindak tutur dalam bahasa iklan KFC dan McD. Penelitian sebelumnya hanya sekadar menganalisis bahasa iklan tanpa ada aspek pengembangan dari penelitiannya. Sedangkan, penelitian yang saya lakukan diimplikasikan pada pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah.

Pembelajaran bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama (SMP) saat ini menggunakan kurikulum 2013. Hasil dari penelitian ini dapat dikembangkan sebagai sumber belajar peserta didik. Pada kurikulum 2013, guru dapat menggunakan iklan-iklan yang tayang di televisi dalam pembelajaran kompetensi dasar mengenai teks eksposisi pada kelas VIII (delapan) pada kompetensi dasar (KD) 4.2 menyusun teks eksposisi sesuai dengan karakteristik teks yang akan dibuat baik secara lisan maupun tulisan, dan kompetensi dasar 3.2 membedakan teks eksposisi baik melalui lisan maupun tulisan. Materi pokok yang diajarkan dalam pembelajaran teks eksposisi adalah mengungkapkan gagasan yang didukung oleh berbagai argumen. Oleh karena itu, iklan makanan cepat saji dari KFC dan McD dapat dengan tepat diterapkan sebagai sumber belajar dalam pembelajaran bahasa Indonesia mengenai teks iklan. Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa perlu untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul *Tindak Tutur pada Iklan Produk Makanan Cepat Saji di Televisi dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. bagaimakah tindak tutur pada iklan produk makanan cepat saji di televisi?
2. bagaimanakah implikasi hasil penelitian ini dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. mendeskripsikan tindak tutur pada iklan produk makanan cepat saji di televisi;
2. mengimplikasikan hasil penelitian ke dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian dapat menambah dan mendukung ketersediaan dan keberadaan teori pada bidang bahasa, khususnya pada bidang pengkajian pragmatik terutama pada bentuk penggunaan tindak tutur dan bagaimana cara mengungkapkan implikatur.
2. Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai pendukung atau fakta (pembuktian) dari teori-teori tertentu yang berhubungan dengan penelitian lain dalam hal ini teori-teori tentang analisis bahasa yang menggunakan analisis pragmatik sebagai analisis yang melihat bahasa dan fungsinya dalam berkomunikasi.

3. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca, siswa, dan guru yang tertarik untuk memahami makna dan maksud bahasa secara utuh.
4. Penelitian ini juga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam aktivitas pembelajaran bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama (SMP).

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. jenis-jenis tindak tutur berdasarkan pada klasifikasi Searle berupa asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif dengan fokus analisis pada tindak tutur pada iklan produk makanan cepat saji di televisi;
2. penelitian ini juga mengkaji tindak tutur berdasarkan bentuk verbalnya berupa kelangsungan dan ketidaklangsungan serta keliteralan dan ketidakliteralan tuturan serta fungsi komunikatifnya sebagai tindak ilokusi serta implikatur dari tuturan yang berbentuk tindak tutur tidak langsung yang dipahami melalui konteks yang melatarbelakangi tuturan;
3. hasil penelitian ini dikembangkan sebagai sumber belajar peserta didik dalam pembelajaran teks eksposisi pada mata pelajaran bahasa Indonesia di SMP kelas VIII (delapan).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hakikat Bahasa

Bahasa tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia dan selalu mengikuti manusia dalam setiap kegiatan maupun pekerjaannya. Penggunaan bahasa oleh manusia dilakukan sebagai wujud dari pikiran, perasaan, dan setiap sisi dari kehidupannya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Samsuri (1987: 4) yang mengemukakan bahwa bahasa ialah alat yang dipakai manusia untuk membentuk pikiran dan perasaannya, keinginan dan perbuatan-perbuatan; alat yang dipakai manusia untuk memengaruhi dan dipengaruhi, dan bahasa adalah dasar pertama-tama dan paling berurat-akar dari masyarakat manusia. Hakikat bahasa berdasarkan pada penjelasan di atas adalah bahasa merupakan sebuah alat yang digunakan manusia untuk berkomunikasi sebagai wujud dari dalam pikiran dan perasaannya untuk mengungkapkan keinginan dan perbuatannya serta sebagai alat untuk memengaruhi manusia lainnya.

Sejalan dengan pendapat di atas, Keraf (2004: 1) mengemukakan bahwa bahasa adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan alat ucap manusia. Sebagai alat komunikasi, fungsi bahasa pada saat ini dirasakan amatlah penting. Dengan adanya bahasa sebagai alat komunikasi, maka semua yang ada di sekitar manusia baik berupa peristiwa, benda, hewan, tumbuhan, hasil karya manusia, dan sebagainya akan mendapat tanggapan dalam pikiran manusia. Tanggapan tersebut kemudian disusun dan diungkapkan

manusia kepada manusia lainnya sebagai bahan komunikasi. Komunikasi melalui bahasa memungkinkan manusia untuk dapat menyesuaikan dirinya dengan lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Dengan begitu, manusia dimungkinkan untuk dapat mempelajari kebiasaan, adat-istiadat, kebudayaan serta latar belakangnya masing-masing.

Sistem komunikasi dalam bahasa mempergunakan simbol-simbol vokal (bunyi) yang memiliki sifat arbiter (manasuka). Simbol-simbol bunyi tersebut dirangkai dan diberikan makna tertentu. Simbol adalah tanda yang diberikan makna tertentu, yaitu mengacu kepada sesuatu yang dapat ditangkap pancaindra. Keraf (2004: 2) mengemukakan bahwa aspek bahasa mencakup dua bidang, yaitu bunyi vokal yang dihasilkan oleh alat ucap manusia, dan arti atau makna yaitu hubungan antara rangkaian bunyi vokal dengan hal yang diwakilinya. Bunyi merupakan getaran yang ditangkap oleh indra pendengaran sedangkan arti adalah isi yang terkandung di dalam arus bunyi yang menyebabkan reaksi atau tanggapan orang lain.

Fungsi bahasa yang digunakan manusia dapat ditinjau melalui sejarah perkembangan bahasa dari awal sampai sekarang. Penggunaan bahasa oleh manusia dapat diturunkan dari dasar dan motif pertumbuhan bahasa itu sendiri.

Fungsi bahasa dikemukakan oleh Keraf (2004: 3) terdiri dari empat hal yaitu,

- a. bahasa sebagai alat untuk mengekspresikan diri,
- b. bahasa sebagai alat komunikasi,
- c. bahasa sebagai alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial, dan
- d. bahasa sebagai alat untuk mengadakan kontrol sosial.

Sebagai alat untuk mengekspresikan diri, bahasa digunakan manusia untuk menarik perhatian orang lain terhadap kita juga untuk membebaskan diri kita dari semua tekanan emosi. Sebagai alat komunikasi, bahasa merupakan saluran perumusan maksud manusia, melahirkan perasaan dan memungkinkan menciptakan kerja sama dengan sesama manusia.

Melalui bahasa seorang anggota masyarakat perlahan-lahan belajar mengenal adat-istiadat, tingkah laku, dan tata-krama masyarakatnya. Ia mencoba menyesuaikan dirinya (adaptasi) dengan semua anggota masyarakat. Bila ia dapat menyesuaikan dirinya kedalam masyarakat maka ia dapat dengan mudah membaurkan dirinya (integrasi) dengan segala adat-istiadat dan tata-krama masyarakat tersebut. Kontrol sosial dalam kehidupan manusia berarti sebuah usaha memengaruhi tingkah laku dan tindak-tanduk orang lain yang dapat bersifat terbuka (dapat diamati), maupun yang bersifat tertutup. Dalam mengadakan kontrol sosial, bahasa memiliki relasi dengan proses-proses sosialisasi suatu masyarakat. Proses-proses sosialisasi masyarakat tersebut adalah keahlian berbahasa manusia yang digunakan sebagai prasyarat manusia untuk dapat berpartisipasi dalam masyarakat bahasanya yang kemudian menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk memberikannya peran dan keterlibatannya dalam mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan.

Berdasarkan penjelasan tentang pengertian, aspek, dan fungsi bahasa di atas, bahasa dipandang sebagai sebuah objek yang kompleks sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. Bahasa merupakan wujud dari pikiran manusia yang disimbolkan ke dalam simbol-simbol bunyi yang memiliki makna. Simbol-simbol

bunyi tersebut disusun dalam sebuah sistem yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya sebagai ekspresi diri, penyesuaian dan pembauran diri ke dalam kehidupan bersosial.

Aplikasi bahasa sebagai alat komunikasi adalah berupa tuturan (*speech*) yang digunakan oleh manusia. Dengan menganalisis tuturan yang diujarkan manusia maka kita dapat mengidentifikasi satuan-satuan yang membentuk bahasa. Proses identifikasi satuan-satuan bahasa tersebut dapat dilakukan dengan mengkaji sifat psiko—fisik tutur yaitu, menganalisis bunyi sebagai sudut pandang fisik, dan dari sudut psikologi, yaitu sebagai pembawa makna. Ujaran-ujaran yang dilakukan manusia sebagian besar terdiri lebih dari satu unsur makna. Oleh karena itu, kriteria selanjutnya dalam mengidentifikasi satuan-satuan bahasa adalah mempelajari hubungan-hubungan antara satuan-satuan makna itu.

Berdasarkan sifat psiko—fisik dan hubungannya, Ullman (2014: 26) membagi bahasa menjadi satuan-satuan yang terdiri dari tiga satuan bahasa yaitu, satuan bunyi, satuan makna, dan satuan relasi.

A. Satuan Bunyi

Suatu analisis fonetik yang murni terhadap tuturan akan memisahkan berbagai segmen bunyi (akustik) yang selanjutnya dapat dipecah-pecah lagi menjadi bunyi-bunyi tunggal. Bunyi-bunyi tunggal ini merupakan satuan fisik terkecil daripada tutur. Seperti yang telah diketahui, bunyi-bunyi itu merupakan bunyi-bunyi potensial yang tersimpan dalam memori kita sebagai kesan-kesan akustik dan motorik yang dapat diaktualisasikan bila diperlukan.

B. Satuan Makna

Aristoteles (dalam Ullman, 2014:30) mendefinisikan kata sebagai satuan tutur terkecil yang bermakna. Kemudian seiring perkembangannya, linguistik kontemporer memperkenalkan istilah untuk unsur terkecil yang bermakna dengan nama morfem. Morfem terbagi menjadi dua kelas, kelas yang pertama mencakup kata-kata yang bebas (seperti *buku*, *baca*, *jalan*), dan kata yang tidak bebas (seperti *asa* dalam *putus asa*) maupun kontituen atau bagian langsung dari kata (prefiks *me-*, sufiks *-an*, dll). Kelas kedua mencakup intonasi dan unsur-unsur inflesional dari berbagai jenis, yaitu yang kaitannya tidak dengan kata-kata yang berdiri sendiri melainkan dengan hubungan-hubungan gramatikal dan struktur kalimat secara keseluruhan. Hal ini menyebabkan kata menjadi kunci dalam tataran struktur bahasa.

C. Satuan Relasi

Kedudukan kata dalam bahasa pada umumnya tidak dipakai secara terisolasi, melainkan bergabung dalam satuan-satuan yang menyatakan sebuah hubungan tertentu. Misalnya, *Adik menangis*. menunjukkan hubungan subjek-predikat; *bawang putih* menunjukkan hubungan antara sifat dan yang disifatkan. Kombinasi-kombinasi tersebut disebut dengan frasa. Sebuah frasa dapat didefinisikan sebagai "sebuah bentuk bebas yang terdiri dari dua atau lebih bentuk bebas yang lebih kecil (Blommfield dalam Ullman, 2014:36).

Pada kenyataannya sebuah frasa dapat bertindak sebagai sebuah kalimat bergantung apakah kalimat tersebut dibentuk secara lengkap (misalnya, "*Musim hujan telah usai.*") atau eliptis yang harus dilengkapi dengan konteks (misalnya,

“*Besar sekali.*”). Selain itu, dua frasa atau lebih dapat bergabung membentuk sebuah kalimat. Studi tentang frasa dan kombinasinya terdapat dalam bidang ilmu linguistik yang dikenal dengan nama sintaksis. Frasa dan kombinasinya itu mempunyai bentuk dan makna oleh karena itu, terbentuk cabang ilmu linguistik morfologi dan semantik. Cabang ilmu morfologi mencakup bentuk kata dalam kalimat seperti infleksi, urutan kata, pertautan. Sedangkan semantik menganalisis makna dalam bentuk pengertian-pengertiannya.

Bahasa dalam keadaanya yang abstrak (berada dalam pikran) tidak dapat langsung dicapai oleh pengamat tanpa adanya medium buatan seperti kamus dan tata bahasa. Bahasa selalu muncul dalam bentuk tindak dan tingkah tutur individual. Oleh karena itu, dalam telaah struktur bahasa harus dimulai dari pengkajian tindak tutur tersebut. Yule (2014:82) menyatakan bahwa tindak tutur adalah tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan. Tuturan yang terjadi tidak hanya melalui tuturan yang mengandung kata-kata dan struktur gramatikal saja tetapi juga memperlihatkan tindakan-tindakan melalui tuturan-tuturan itu. Untuk dapat menafsirkan tuturan-tuturan yang terjadi antara penutur dan mitra tutur peristiwa tutur memiliki peran yang amat penting agar tuturan-tuturan yang disampaikan penutur dapat bersifat komunikatif dan dimengerti mitra tutur. Peristiwa tutur adalah lingkungan maupun tuturan-tuturan lain yang melatarbelakangi tindak tutur (Yule, 2014: 82).

Berdasarkan penjelasan di atas, bahasa merupakan sebuah media yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya. Agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif bahasa menggunakan sistem-sistem bunyi yang bermakna

dan disusun sesuai dengan kaidah gramatikal bahasa tersebut berupa tuturan serta memperhatikan konteks yang terjadinya tuturan. Oleh karena itu, untuk dapat menganalisis bahasa secara utuh diperlukan sebuah analisis dari segi makna dasar dalam bentuk pengertian dari tuturan tersebut (analisis semantik) serta maksud dari tuturan tersebut berdasarkan tindak tutur dan implikturnya (analisis pragmatik).

Hubungan antara semantik dan pragmatik dalam analisis bahasa telah tampak dari pengertiannya. Semantik adalah studi tentang hubungan antara bentuk-bentuk linguistik dengan entitas dunia; yaitu bagaimana hubungan kata-kata dengan sesuatu secara harfiah. Pragmatik adalah studi tentang hubungan antara bentuk-bentuk linguistik dan pemakai bentuk-bentuk itu (Yule, 1996: 5)

2.2 Kajian Pragmatik

Linguistik dipandang sebagai ilmu bahasa yang terdiri dari beberapa bidang kajian, bidang kajian yang ada dalam linguistik yang merupakan cabang dari linguistik adalah fonologi, morfologi, sintaksis, semantik, dan pragmatik. Di antara cabang-cabang linguistik tersebut yang memiliki hubungan dalam menelaah makna-makna satuan lingual adalah semantik dan pragmatik.

Pernyataan tersebut didukung oleh pendapat Levinson (dalam Sudaryat, 2009: 120) pragmatik dan semantik sama-sama menggunakan makna sebagai isi komunikasi. Semantik berpusat pada pikiran (*competence, language*) dan pragmatik berpusat pada ujaran/tuturan (*performance, parole*).

Beberapa pakar memiliki definisi tentang pragmatik. Wijana (1996: 1) berpendapat pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur

bahasa secara eksternal, yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi. Leech (2011: 1) berpendapat bahwa kita tidak akan mengerti benar-benar sifat bahasa itu sendiri bila kita tidak mengerti pragmatik, yaitu bagaimana bahasa digunakan dalam berkomunikasi. Selanjutnya, Leech (2011: 8) memberikan batasan tentang pragmatik sebagai studi tentang makna dalam hubungannya dengan situasi-situasi ujar.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Yule (2006: 3) mengemukakan bahwa pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca). Sebagai akibatnya studi ini lebih banyak berhubungan dengan analisis tentang apa yang dimaksudkan orang-orang dengan tuturannya daripada dengan makna terpisah dari kata atau frase yang digunakan dalam tuturan itu sendiri. Secara lebih rinci Yule menyebutkan empat ruang lingkup pragmatik yang meliputi (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, dan (4) Pragmatik adalah studi tentang ungkapan dari jarak hubungan.

Levinson (dalam Tarigan, 2009: 31), mengungkapkan definisi pragmatik sebagai telaah mengenai relasi antara bahasa dan konteks yang merupakan dasar bagi suatu catatan atau laporan pemahaman bahasa, dengan kata lain telaah mengenai kemampuan pemakai bahasa menghubungkan serta penyesuaian kalimat-kalimat dan konteks secara tepat. Sedangkan Curuse (dalam Cummings, 2007: 2) memberikan definisi pragmatik yang lebih mendalam yaitu:

Pragmatik dapat dianggap berurusan dengan aspek-aspek informasi (dalam pengertian yang paling luas) yang disampaikan melalui bahasa yang (a) tidak dikodekan oleh konvensi yang diterima secara umum dalam bentuk-bentuk linguistik yang digunakan, namun yang (b) juga muncul secara alamiah dari dan tergantung pada makna-makna yang dikodekan secara konvensional dengan konteks tempat penggunaan bentuk-bentuk tersebut.

Untuk memperjelas kajian pragmatik jika disandingkan dengan kajian semantik yang telah ada sebelumnya, Wijana (1996: 2) menjelaskan bahwa semantik dan pragmatik adalah cabang-cabang ilmu bahasa yang menelaah makna-makna satuan lingual, hanya saja semantik mempelajari makna secara internal, sedangkan pragmatik mempelajari makna secara eksternal. Dalam artian, ilmu semantik dan pragmatik merupakan ilmu yang mengkaji tentang makna. Akan tetapi kedua ilmu ini mengkaji makna dari sudut pandang yang berbeda. Semantik mengkaji makna secara internal, sedangkan pragmatik mengkaji makna secara eksternal, yaitu maksud penutur. Selain itu, perbedaan ilmu semantik dengan pragmatik adalah dari segi konteksnya. Wijana (1996: 2) menyatakan bahwa semantik adalah makna yang bebas konteks, sedangkan makna yang dikaji oleh pragmatik adalah makna yang terikat konteks.

Dalam hal ini Tarigan (2009: 24) menambahkan bahwa secara tradisional semantik memperlakukan makna sebagai suatu hubungan dua arah atau *a dyadic relation*, sedangkan pragmatik memperlakukan makna sebagai sebagai suatu hubungan tiga arah atau *a triadic relation*. Makna dalam pragmatik berhubungan dengan pembicara atau pemakai bahasa, sedangkan makna dalam semantik dibatasi sebagai suatu sifat ekspresi dalam bahasa tertentu, dalam pemindahan atau pemisahan dari situasi, pembicara atau penyimak tertentu. Jadi, dari segi

maksud dan tujuan linguistik dapat kita batasi pragmatik sebagai suatu telaah makna dalam hubungannya dengan aneka situasi ujaran.

Pandangan-pandangan tersebut pada dasarnya memiliki arti dan konsep tentang pragmatik yang sama, bahwa pragmatik adalah bidang linguistik yang mengkaji telaah tuturan bahasa dari segi maksud penutur. Sejalan dengan pendapat di atas, pragmatik mengkaji tentang tuturan bahasa. Dengan demikian pragmatik sangat erat dengan tindak tutur. Tuturan tersebut memiliki makna, maksud atau tujuan, sehingga perlu dikaji dengan bidang pragmatik. kajian mengenai pragmatik tidak dapat dilepaskan dari konteks yang melatarbelakangi terciptanya sebuah wacana. Oleh karena itu, selain tindak tutur dalam kajian pragmatik tidak akan bisa terlepas dari konteks.

2.3 Tindak Tutur

2.3.1 Hakikat Tindak Tutur

Teori tindak tutur pada awalnya dikemukakan oleh Austin (dalam Cummings, 2007: 8), gagasan yang dikemukakan oleh Austin adalah bahasa dapat digunakan untuk melakukan tindakan melalui pembedaan ujaran konstatif dan ujaran performatif. Ujaran konstatif mendeskripsikan atau melaporkan peristiwa-peristiwa dan keadaan-keadaan di dunia dan dapat dikatakan benar atau salah. Sedangkan ujaran performatif tidak mendeskripsikan atau melaporkan atau menyatakan apa pun, tidak ‘benar’ atau ‘salah’; pengujaran kalimat merupakan, atau merupakan bagian dari melakukan tindakan, yang sekali lagi biasanya tidak dideskripsikan sebagai, atau ‘hanya’ sebagai, tindak untuk mengatakan sesuatu.

Pembedaan dua bentuk ujaran tersebut dapat diperlihatkan menggunakan contoh berikut. Ujaran *Doni berjanji akan menyelesaikan tugasnya* adalah sebuah ujaran konstatif, karena ujaran tersebut merupakan laporan tentang suatu peristiwa yang telah terjadi. Jika laporan tersebut memang benar bahwa Doni telah berjanji untuk menyelesaikan tugasnya maka ujaran tersebut merupakan ujaran konstatif yang benar. Sedangkan ujaran *Saya berjanji membayarnya bulan depan* merupakan ujaran performatif karena pengujarannya yang sebenarnya merupakan sebuah tindakan berjanji. Pengujaran tersebut tidak dapat dilihat sebagai sebuah kebenaran atau kesalahan namun keadaan tersebut dapat menjadi sebuah landasan untuk ujaran konstatif selanjutnya dalam bentuk ujaran *Rian berjanji membayarnya bulan depan* yang benar atau salah bergantung pada tingkat keakuratannya.

Pembedaan antara ujaran konstatif dan performatif selanjutnya diganti oleh pengklasifikasian rangkap tiga terhadap tindak-tindak dalam bertutur. Tindak-tindak dalam bertutur yang diklasifikasikan tersebut adalah tindak lokusi, tindak ilokusi, dan tindak perlokusi.

2.3.2 Jenis-Jenis Tindak Tutur

Jenis-jenis tindak tutur merupakan penggolongan/ pengklasifikasian/ pengelompokan bagian-bagian dari tindak tutur berdasarkan fungsi komunikatifnya.

Wijana (1996: 39) menjelaskan bahwa Tindak tutur literal adalah tindak tutur yang maksudnya sama dengan makna kata-kata penutur, sedangkan tindak tutur tidak langsung adalah tindak tutur yang maksudnya tidak sama atau berlawanan dengan makna kata-kata penutur. Tindak tutur langsung literal adalah tindak tutur

yang diutarakan dengan modus tuturan dan makna yang sama dengan maksud pengutarannya; maksud memerintah disampaikan dengan kalimat perintah, memberitahukan dengan kalimat berita, menanyakan sesuatu dengan kalimat tanya.

Tindak tutur tidak langsung literal adalah tindak tutur yang diutarakan dengan modus kalimat yang sesuai dengan maksud tuturannya, tetapi kata-kata yang menyusunnya tidak memiliki makna yang sama dengan maksud penuturnya. Jika kalimat berita dikonvensional untuk mengatakan sesuatu, kalimat tanya untuk bertanya, dan kalimat perintah untuk menyuruh, mengajak, memohon dan lain sebagainya, maka tindak tutur yang terbentuk adalah tindak tutur langsung.

Sedangkan tindak tutur yang diutarakan secara tidak langsung, biasanya tidak dapat dijawab secara langsung tetapi harus segera dilaksanakan maksud yang terimplikasi di dalamnya. Untuk berbicara secara lebih sopan, perintah dapat diutarakan dengan kalimat berita atau kalimat tanya sehingga orang yang diperintah tidak merasa bahwa dirinya sedang diperintah.

Menurut Austin tindak tutur dapat digolongkan menjadi tiga: tindak lokusi, tindak ilokusi, dan tindak perlokusi (Tarigan, 2009: 34).

- 1) Tindak lokusi adalah tindak tutur yang menyatakan sesuatu dalam arti “berkata” atau tindak tutur dalam bentuk kalimat yang bermakna dan dapat dipahami (pernyataan). Austin (dalam Cummings, 2007: 9) menyatakan bahwa tindak lokusi kira-kira sama dengan pengujaran kalimat tertentu dengan pengertian dan acuan tertentu yang kira-kira sama dengan makna dalam pengertian tradisional. Wujud tindak lokusi adalah tuturan-tuturan

yang berisi pernyataan atau informasi (Rusminto, 2010: 77). Menurut Leech dalam Tarigan (2009: 35), tindak lokusi adalah melakukan tindakan untuk menyatakan sesuatu. Contoh: *Pa berkata kepada Pk bahwa X*. (Pa = pembicara/ penulis, Pk = penyimak/ pembaca, X = kata-kata tertentu yang diucapkan dengan perasaan dan referensi atau acuan tertentu). Selanjutnya, Leech (2011: 280) menyatakan tindak lokusi sebagai tindak yang kurang lebih dapat disamakan dengan sebuah tuturan kalimat yang mengandung makna dan acuan.

Fokus lokusi adalah makna tuturan yang diucapkan, bukan mempermasalahkan maksud atau fungsi tuturan itu. Lokusi dapat dikatakan sebagai *the act of saying something*. Tindak lokusi merupakan tindakan yang paling mudah diidentifikasi karena dalam pengidentifikasiannya tidak memperhitungkan konteks tuturan. Dengan kata lain, tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang menyatakan sesuatu dalam arti “berkata” atau tindak tutur dalam bentuk kalimat yang bermakna dan dapat dipahami. Misalnya:

1. *Jembatan Suramadu menghubungkan Pulau Jawa dan Pulau Madura*
2. *Tahun 2004 gempa dan tsunami melanda Banda Aceh.*

Dua kalimat di atas dituturkan oleh seorang penutur semata-mata hanya untuk memberi informasi sesuatu belaka, tanpa tendensi untuk melakukan sesuatu. apalagi untuk memengaruhi lawan tuturnya. Informasi yang diberikan pada kalimat pertama adalah mengenai jembatan Suramadu yang menghubungkan pulau Jawa dan Pulau Madura. Sedangkan kalimat kedua memberi informasi mengenai gempa dan tsunami yang pada tahun 2004 melanda Banda Aceh.

Lalu, apabila disimak baik-baik tampaknya tindak tutur lokusi ini hanya memberi makna secara harfiah, seperti yang dinyatakan dalam kalimatnya.

- 2) Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang biasanya diidentifikasi dengan kalimat performatif yang eksplisit. Tindak tutur ilokusi biasanya berkenaan dengan pemberian izin, mengucapkan terima kasih, menyuruh, menawarkan, dan menjanjikan. Misalnya “Ibu menyuruh saya agar segera berangkat”. Jika tindak tutur ilokusi hanya berkaitan dengan makna, maka makna tindak tutur ilokusi berkaitan dengan nilai, yang dibawa oleh preposisinya. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang biasanya diidentifikasi dengan kalimat performatif yang eksplisit.

Menurut Leech dalam Tarigan (2009: 35), tindak ilokusi adalah melakukan suatu tindakan dalam mengatakan sesuatu. Contoh: *Dalam mengatakan X, Pa meyakinkan Pk bahwa P*. Leech menyebut tindak ilokusi sebagai tuturan yang mempunyai daya (konvensional) tertentu (Leech, 2011: 281).

Menurut pendapat Austin ilokusi adalah tindak melakukan sesuatu (*The act of doing something*) (Austin dalam Sudaryat, 2009: 137). Ilokusi merupakan tindak tutur yang mengandung maksud dan fungsi atau daya tuturan. Bagi Austin, tujuan penutur dalam bertutur bukan hanya untuk memproduksi kalimat-kalimat yang memiliki pengertian dan acuan tertentu. Bahkan tujuannya adalah untuk menghasilkan kalimat-kalimat yang memberikan kontribusi jenis gerakan interaksional tertentu pada komunikasi.

Tindak tutur ilokusi ini biasanya berkenaan dengan pemberian izin, mengucapkan terima kasih, menyuruh, menawarkan, dan menjanjikan.

Misalnya:

1. *Sudah hampir pukul tujuh*

Kalimat di atas bila dituturkan pada konteks yang dituturkan seorang suami kepada istrinya di pagi hari, selain memberi informasi tentang waktu, juga berisi tindakan yaitu mengingatkan si istri bahwa si suami harus segera berangkat ke kantor, jadi minta disediakan sarapan. Oleh karena itu, si istri akan menjawab mungkin seperti kalimat berikut, “Ya Pak! Sebentar lagi sarapan siap”.

- 3) Tindak perlokusi adalah efek atau dampak yang ditimbulkan oleh tuturan terhadap mitra tutur sehingga mitra tutur melakukan tindakan berdasarkan isi tuturan. Menurut Leech dalam Tarigan (2009: 35), tindak perlokusi adalah melakukan suatu tindakan dengan menyatakan sesuatu. Contoh: *Dengan mengatakan X, Pa meyakinkan Pk bahwa P*. Selanjutnya Leech (2011: 281) menyebutkan tindak perlokusi sebagai tindak yang mengacu pada apa yang kita hasilkan atau kita capai dengan mengatakan sesuatu.

Moore dalam Rusminto (2010: 77) menyatakan bahwa tindak ilokusi merupakan tindak tutur yang sesungguhnya atau yang nyata yang dipertunjukkan oleh tuturan, seperti janji, sambutan, dan peringatan. Merujuk pada pendapat tersebut, selanjutnya pembicaraan tentang tindak tutur mengacu pada tindak ilokusi.

2.3.2.1 Tindak Ilokusi Menurut Leech

Berdasarkan hubungannya dengan tujuan sosial dalam menentukan dan memelihara serta mempertahankan rasa dan sikap hormat maka Leech dalam Tarigan (2009: 40) mengklasifikasikan fungsi-fungsi ilokusi menjadi empat jenis:

1. kompetitif : tujuan ilokusi bersaing dengan dengan tujuan sosial; misalnya *memerintah, meminta, menuntut, mengemis, dan sebagainya*;
2. konvivial : tujuan ilokusi bersamaan atau bertepatan dengan tujuan sosial, misalnya *menawarkan, mengundang, menyambut, menyapa, mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat*;
3. kolaboratif : tujuan ilokusi tidak mengacuhkan atau biasa-biasa terhadap tujuan sosial; misalnya *menuntut, memaksakan, melaporkan, mengumumkan, menginstruksikan, memerintahkan*;
4. konflikatif : tujuan ilokusi bertabrakan atau bertentangan dengan tujuan sosial, misalnya *mengancam, menuduh, mengutuk, menyumpah, menegur, mencerca, mengomeli*.

2.3.2.2 Tindak Ilokusi Menurut Searle

Searle dalam Tarigan (2009: 42) mengklasifikasikan tindak ilokusi sebagai sebuah tindakan berupa asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif dengan berbagai fungsi komunikatifnya. Berikut ini pembahasan mengenai tindak ilokusi menurut Searle.

a. Asertif

Tindak ilokusi asertif merupakan tindakan yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikan, misalnya *menyatakan, memberitahukan, menyarankan, mengusulkan, membanggakan, mengeluh, menuntut, melaporkan*.

Ilokusi dengan demikian, dapat dimasukkan dalam kategori kolaboratif. Namun, ada beberapa pengecualian, misalnya membanggakan, menyombongkan yang pada umumnya dianggap tidak sopan secara semantis, asertif bersifat proposional.

Contoh tuturan asertif sebagai berikut.

Bagaimana kalau liburan tahun ini kita ke Lombok.

Tuturan tersebut merupakan usulan untuk memberitahukan mitra tutur bahwa penutur mengusulkan suatu tempat yang penutur ketahui, tempat tersebut merupakan tempat wisata yang indah.

Verba Asertif biasanya muncul dalam konstruksi ‘*S verba (...) bahwa X*’ (*S* = subjek (yang mengacu pada pembicara) dan ‘*bahwa X*’ mengacu pada suatu proposisi); contoh: *menegaskankan (mengiakan, memperkokoh, memperkuat, mensahkan), mengatakan (menduga keras, menyatakan tanpa bukti), menegaskan, meramalkan, mengumumkan, menuntut (menagih)* (Leech dalam Tarigan, 2009: 108).

b. Direktif

Tindak ilokusi direktif merupakan sebuah tindakan yang dimaksudkan untuk menimbulkan beberapa efek melalui tindakan sang penyimak, misalnya *memesan, memerintahkan, memohon, meminta, menyarankan, menganjurkan, menasihatkan*. Semua ini seringkali termasuk ke dalam kategori kompetitif, dan terdiri atas suatu kategori ilokusi-ilokusi dimana kesopansantunan yang menjadi penting. Sebaliknya, beberapa direktif (seperti undangan) pada hakikatnya dianggap sopan. Contoh tuturan direktif sebagai berikut.

Minum sana!

Tuturan *Minum sana!* terjadi pada pada malam hari, saat sang kakak sedang berbaring di tempat tidur sambil makan keripik bersama adiknya, lalu sang adik memerintah kakaknya supaya mengambilkan minum karena sang kakak kepedasan makan keripik. Tuturan ini termasuk tuturan memerintahmitra tuturnya untuk melakukan sesuatu berupa sebuah tindakan agar kakaknya mengambil air minum untuk kakaknya yang kepedasan itu.

Verba Direktif biasanya muncul dalam konstruksi ‘*S verba (O) bahwa X*’ atau ‘*S verba O kepada Y* (*S* dan *O* mengacu pada subjek dan objek (yang masing-masing mengacu pada *pembicara dan penyimak*), ‘*bahwa X*’ = klausa *bahwa* yang nonindikatif; dan ‘*kepada Y*’ = klausa infinitif); contoh: *meminta, mengemis, menawar, memerintahkan, memerlukan, melarang, menasihati, menasihatkan, menganjurkan, memuji kebaikan, memohonkan*. Agak berbeda dengan klausa *bahwa* yang mengikuti verba asertif, maka klausa *bahwa* yang nonindikatif ini mengandung suatu subjungtif atau modal seperti *hendaknya*, selama mereka mengacu pada suatu perintah dan bukan pada suatu proposisi; misalnya *Kami meminta agar harga buku (hendaknya) diturunkan* (Leech dalam Tarigan, 2009: 108).

c. Komisif

Tindak ilokusi komisif merupakan tindakan yang melibatkan pembicara pada beberapa tindakan yang akan datang, misalnya *menjanjikan bersumpah, menawarkan, memanjatkan (doa)*. Jenis ilokusi ini cenderung berfungsi *menyenangkan* dan kurang bersifat kompetitif, karena tidak mengacu pada kepentingan penutur tapi kepentingan petutur. Berikut ini contoh tuturan komisif.

Adik mau dibelikan apa jika kakak sudah bekerja nanti?

Tuturan *Adik mau dibelikan apa jika kakak sudah bekerja nanti?*, berupa komisif penawaran. Pada tuturan di atas penutur terikat suatu tindakan di masa depan berupa penawaran akan membelikan sesuatu yang diujarkan oleh kakak kepada adiknya.

Verba Komisif biasanya muncul dalam konstruksi “*S verba bahwa X* (dimana klausa *bahwa* adalah nonindikatif) atau ‘*S verba kepada Y*’ (dimana *kepada Y*’ adalah konstruksi infinitif); contoh: *menawarkan, menjanjikan, bersumpah, bersukarela, benazar*. Verba komisif relatif membentuk kelas kecil, menyerupai atau mirip-mirip verba direktif dalam hal mempunyai pengkomplemen yang nonindikatif (klausa-bahwa dan klausa infinitif), perlu mempunyai acuan waktu berikutnya (yaitu acuan waktu lebih kemudian daripada waktu verba utama). Oleh karena itu, ada suatu kasus untuk menggabungkan verba direktif dan verba komisif menjadi satu ‘kelas super’ (Leech dalam Tarigan, 2009: 108).

d. Ekspresif

Tindak ilokusi ekspresif merupakan tindak tutur yang mempunyai fungsi untuk mengekspresikan, mengungkapkan, atau memberitahukan sikap psikologis sang pembicara menuju suatu pernyataan keadaan yang diperkirakan oleh ilokusi, misalnya *mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat, memaafkan, mengampuni, menyalahkan, memuji, menyatakan bela sungkawa, dan sebagainya*. Sebagaimana ilokusi komisif, ilokusi ekspresif cenderung menyenangkan, karena itu secara intrinsik ilokusi ini sopan, kecuali tentunya ilokusi-ilokusi ekspresif seperti ‘mengecam’, dan ‘menuduh’. Berikut ini contoh tuturan ekspresif.

Saya turut belasungkawa atas meninggalnya kakekmu.

Tuturan *Saya turut belasungkawa atas meninggalnya kakekmu.*, berupa ilokusi ekspresif yang mengungkapkan sikap psikologis penutur terhadap keadaan yang tersirat dalam ilokusi.

Verba ekspresif biasanya muncul dalam konstruksi ‘*S verba (prep) (O) (prep) Xn*’ (dimana ‘*(prep)*’ adalah preposisi fakultatif; dan *Xn* adalah frase nomina abstrak atau frase gerundif), contoh: *meminta maaf, menaruh simpati, mengucapkan selamat, memaafkan, mengampuni, mengucapkan terima kasih* (Leech dalam Tarigan, 2009: 108).

e. Deklaratif

Tindak ilokusi deklaratif adalah ilokusi yang bila performasinya berhasil akan menyebabkan korespondensi yang baik antara isi proposisional dengan realitas. Contoh *menyerahkan diri, memecat, membebaskan, membaptis, memberi nama, menamai, mengucilkan, mengangkat, menunjuk, menentukan, menjatuhkan hukuman, memvonis, dan sebagainya*. Semua yang tersebut di sini merupakan kategori tindak ujar yang khas; semua itu dilakukan oleh seseorang yang mempunyai wewenang khusus dalam lembaga tertentu. Contoh klasik adalah hakim yang menjatuhkan hukuman, pendeta yang membaptis anak-anak, orang terkemuka yang menamai kapal, dsb. Apabila ditinjau dari segi kelembagaan dan bukan hanya dari segi tindak ujar, maka tindakan-tindakan tersebut dapat dikatakan hampir tidak melibatkan kesopansantunan. Sebagai contoh, walaupun tindakan menjatuhkan hukuman kepada seorang terdakwa tidak selalu menyenangkan, namun sang hakim memiliki wewenang penuh untuk

melakukannya. Oleh karena itu, hampir tidak dapat dikatakan bahwa menjatuhkan hukuman kepada seseorang itu ‘tidak sopan’.

Mulai besok, silakan Anda angkat kaki dari perusahaan ini.

Tuturan *Mulai besok, silakan Anda angkat kaki dari perusahaan ini.*, merupakan tindak ilokusi deklaratif, yakni ilokusi yang digunakan untuk memastikan kesesuaian antara isi proposisi dengan kenyataan. Tuturan ini berupa tuturan pemecatan yang disampaikan oleh kepala perusahaan kepada bawahannya.

Kategori Searle yang kelima, yaitu deklaratif, tidak memiliki daya ilokusi seperti yang diduga semula. Deklaratif merupakan tindak ujar konvensional yang memperoleh dayanya dari peranannya dalam suatu kegiatan ritual. Bagaimanapun juga, sebagian besar verba yang ada kaitannya dengan deklarasi, seperti menunda, menjatuhkan hukuman, membaptis, pada intinya memerikan tindak sosial, bukan sebuah tindak ujar (Leech, 2011: 329).

2.3.2.3 Kelangsungan dan Ketidaklangsungan Tuturan

Secara formal, berdasarkan modusnya, kalimat dibedakan menjadi kalimat berita (deklaratif), kalimat tanya (interogatif), dan kalimat perintah (imperatif). Secara konvensional kalimat berita digunakan untuk memberitakan sesuatu (informasi), kalimat tanya untuk menanyakan sesuatu, dan kalimat perintah untuk menyatakan perintah, ajakan, permintaan, atau permohonan. Apabila kalimat berita difungsikan secara konvensional untuk mengatakan sesuatu, kalimat tanya untuk bertanya, dan kalimat perintah untuk menyuruh, mengajak, dan memohon maka tindak tutur yang terbentuk adalah tindak tutur langsung. Di samping itu untuk berbicara secara sopan, perintah dapat diutarakan dengan kalimat berita atau

kalimat tanya agar orang yang diperintah tidak merasa dirinya diperintah. Apabila hal ini terjadi, maka tindak tutur yang terbentuk adalah tindak tutur tidak langsung. Tindak tutur tidak langsung seperti pada contoh berikut.

- (1) *Panas sekali udaranya.*
- (2) *Di mana sepatuku?*

Kalimat (1), bila diucapkan kepada seorang teman yang dekat dengan kipas angin maka maksud penutur untuk meminta tolong lawan tuturnya menghidupkan kipas angin, bukan hanya menginformasikan bahwa penutur sedang kepanasan. Demikian pula tuturan (2) bila diutarakan oleh seorang kakak kepada seorang adik, tidak semata-mata berfungsi untuk menanyakan di mana sepatu kakak, tetapi juga secara tidak langsung memerintah sang adik untuk mengambil sepatu milik kakak. Untuk itu perhatikan contoh berikut ini.

- (3) Iska : *Panas sekali udaranya.*
Pare : *Aku hidupkan kipas angin ya?*
Iska : *Terima kasih Pare, memang tu maksudku.*
- (4) Kakak : *Di mana sepatuku, ya?*
Adik : *Ya, sebentar, sabar kak akan saya ambilkan.*

Keserta-mertaan tindakan dalam (3) dan (4) karena ia mengetahui bahwa tuturan yang diutarakan oleh lawan tuturnya bukanlah sekadar menginformasikan sesuatu, tetapi menyuruh orang yang diajak berbicara.

Tuturan yang diutarakan secara tidak langsung biasanya tidak dapat dijawab secara langsung, tetapi harus segera dilaksanakan maksud yang terimplikasi di dalamnya. Perhatikan contoh berikut.

- (5) *Saya kemarin tidak dapat hadir.*
- (6) *Jam berapa sekarang?*
- (7) + *Saya kemarin tidak dapat hadir.*
- *Sudah tahu. Kemarin kamu tidak kelihatan.*

- (8) + *Jam berapa sekarang?*
 - *Jam 12 malam, Bu.*

- (9) - *Saya kemarin tidak dapat hadir.*
 + *Ya, tidak apa-apa.*

- (10) - *Jam berapa sekarang?*
 + *Ya Bu, sekarang saya pamit.*

Tuturan (5) dan (6) yang secara tidak langsung digunakan untuk memohon maaf dan menyuruh seorang tamu meninggalkan tempat pondokan mahasiswa putri, tidak dapat dijawab secara langsung, tetapi harus dengan pemberian maklum atau maaf dan tindakan untuk segera meninggalkan pondokan putri tersebut. Oleh karena itu, (7) dan (8) terasa janggal, sedangkan (9) dan (10) terasa lazim untuk mereaksi

2.3.2.4 Keliteralan dan Ketidakliteralan Tuturan

Tindak tutur literal adalah tindak tutur yang maksudnya sama dengan makna kata-kata yang menyusunnya, sedangkan tindak tutur tidak literal adalah tindak tutur yang maksudnya tidak sama dengan atau berlawanan dengan makna kata-kata yang menyusunnya. Contoh dapat ditemukan pada kalimat berikut.

- (11) *Penyanyi itu suaranya indah.*
 (12) *Suaramu bagus, (tapi lebih bagus kalau diam).*
 (13) *Suara tapenya keraskan! Aku ingin menghafal lagu ini.*
 (14) *Tipenya kurang keras. Tolong keraskan lagi. Aku sedang sakit gigi.*

Kalimat (11) bila diutarakan untuk maksud memuji suara penyanyi yang merdu dan enak didengar, merupakan tindak tutur literal, sedangkan kalimat (12) karena penutur memaksudkan bahwa suaranya lawan tuturnya tidak bagus dengan mengatakan *tapi lebih bagus kalau diam*, merupakan tindak tutur tidak literal. Demikian pula karena penutur benar-benar menginginkan lawan tutur untuk mengeraskan suara tipenya agar mudah menghafal lagu itu, tindak tutur (13)

adalah tindak tutur literal. Sebaliknya, karena penutur sebenarnya menginginkan lawan tutur mematikan suara tipenya, tindak tutur pada kalimat (14) adalah tindak tutur tidak literal.

2.3.2.5 Tindak Tutur Langsung Literal

Tindak tutur langsung literal (*direct literal speech act*) adalah tindak tutur yang diutarakan dengan modus tuturan dan makna yang sama dengan maksud pengutaraannya. Maksud memerintah disampaikan dengan kalimat perintah, memberitakan dengan kalimat berita, dan menanyakan sesuatu dengan kalimat tanya. Contoh pada kalimat berikut.

(15) *Gadis itu sangat pandai.*

(16) *Buka mulutmu!*

(17) *Jam berapa sekarang?*

Tuturan di atas merupakan tindak tutur langsung literal bila secara berturut-turut dimaksudkan untuk memberitakan bahwa orang yang dibicarakan sangat pandai, menyuruh agar lawan tutur membuka mulut, dan menanyakan pukul berapa ketika itu. Maksud memberitakan diutarakan dengan kalimat berita (15), maksud memerintah (16), dan maksud bertanya dengan kalimat tanya (17).

2.3.2.6 Tindak Tutur Langsung Tidak Literal

Tindak tutur langsung tidak literal (*direct nonliteral speech act*) adalah tindak tutur yang diutarakan dengan modus tuturan yang sesuai dengan maksud tuturan, dan kata-kata yang menyusunnya tidak memiliki makna yang sama dengan maksud penuturnya. Maksud memerintah diungkapkan dengan kalimat perintah, dan maksud menginformasikan dengan kalimat berita. Contoh pada kalimat berikut.

(18) *Tulisanmu bagus, kok.*

(19) *Kalau makan biar kelihatan sopan, buka saja mulutmu!*

Dengan tindak tutur langsung tidak literal penutur dalam (18) memaksudkan bahwa tulisan lawan tuturnya tidak bagus. Sementara kalimat (19) penutur menyuruh lawan tuturnya yang mungkin dalam hal ini temannya atau adiknya untuk menutup mulut sewaktu makan agar terlihat sopan. Kalimat tanya tidak dapat digunakan untuk mengutarakan tindak tutur langsung tidak literal.

2.3.2.7 Tindak Tutur Tidak Langsung Literal

Tindak tutur tidak langsung literal (*indirect literal speech act*) adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan modus tuturan yang tidak sesuai dengan maksud pengutaraannya, dan makna kata-kata yang menyusunnya sesuai dengan apa yang dimaksudkan penutur. Dalam tindak tutur ini maksud memerintah diutarakan dengan kalimat berita atau kalimat tanya. Contoh pada kalimat berikut.

(20) *Mobil papah kotor.*

(21) *Di mana pasta giginya?*

Kalimat di atas dalam konteks seorang ayah berbicara dengan anaknya. Pada tuturan (20) tidak hanya sebuah informasi, tetapi terkandung maksud memerintah yang diungkapkan secara tidak langsung dengan kalimat berita. Makna kata-kata yang menyusun (21) sama dengan maksud yang dikandungnya. Demikian pula dalam konteks seorang ibu bertutur dengan anaknya pada (21) maksud memerintah untuk mengambil pasta gigi diungkapkan secara tidak langsung dengan kalimat tanya dan makna kata-kata yang menyusunnya sama dengan maksud yang dikandungnya. Untuk memperjelas maksud memerintah (20) dan (21) di atas, perluasannya pada konteks berikut.

- (22) + *Mobil papah kotor.*
 - *Iya pah, saya akan mencucinya sekarang.*
 (23) + *Di mana pasta giginya?*
 - *Sebentar, saya ambilkan.*

2.3.2.8 Tindak Tutur Tidak Langsung Tidak Literal

Tindak tutur tidak langsung tidak literal (*indirect nonliteral speech act*) adalah tindak tutur yang diutarakan dengan modus tuturan dan makna kalimat yang tidak sesuai dengan maksud yang hendak diutarakan. Contoh pada kalimat berikut.

- (24) *Bajumu rapi sekali.*
 (25) *Suara nyanyianmu terlalu pelan, tidak kedengaran.*
 (26) *Apakah dengan suara nyanyianmu yang pelan seperti itu dapat kau dengar sendiri?*

Maksud dari kalimat (24) adalah untuk menyuruh seorang anak merapihkan bajunya yang tidak rapi, seorang ibu atau orang yang lebih tua dapat saja dengan nada tertentu. Demikian pula untuk menyuruh seorang teman mengecilkan volume suara nyanyiannya, penutur dapat mengutarakan kalimat berita dan kalimat tanya seperti pada contoh (25) dan (26).

2.3.2.9 Tindak Komunikatif menurut Halliday

Halliday dalam Tarigan (2009: 135) mengelompokkan tindak komunikasi menjadi 15 kelompok sebagai berikut.

1. Menyapa, mengundang, menerima, menjamu;
2. Memuji, mengucapkan selamat, menyanjung/ merayu, menggoda, memesonakan, menyombongkan;
3. Menginterupsi, menyela, memotong pembicaraan;
4. Memohon, meminta, mengharapkan;
5. Mengelak, membohongi, mengobati kesalahan, mengganti subjek;

6. Mengkritik, menegur, mencerca, mengomeli, mengejek, menghina, mengancam, memperingatkan;
7. Mengeluh, mengadu;
8. Menuduh, menyangkal, mengingkari;
9. Menyetujui, menolak, mendebat/ membantah;
10. Meyakinkan, menuntut, mempengaruhi,/ mensugesti, mengingatkan, menegaskan/ menyatakan, menasihati;
11. Melaporkan, menilai, mengomentari;
12. Memerintahkan, memesan, meminta/ menuntut;
13. Menanyakan, memeriksa/ meneliti;
14. Menaruh simpati, menyatakan belasungkawa;
15. Meminta maaf, memaafkan;

2.3.2.10 Tindak Komunikatif menurut Imber dan Klingler

Imber dan Klingler dalam Tarigan (2009: 138) membagi tindak tutur menjadi 25, yakni sebagai berikut.

1. Menyetujui

Menyetujui berarti „menyatakan setuju (sepakat) dengan; membenarkan (mengiyakan, menerima); memperkenalkan“ (Poerwadarminta dalam Tarigan, 2009: 138).

2. Membantah

Membantah berarti menyangkal (pendapat, kabar, dsb.); tidak membenarkan (menyetujui, dsb.) (Poerwadarminta dalam Tarigan, 2013: 136).

3. Menyatakan simpati

Menyatakan simpati berarti menyatakan keikutsertaan merasakan perasaan (rasa kasih, rasa setuju, kesudian, kecenderungan hati, dsb.) orang lain. Salah satu dari rasa simpati ini ialah *belasungkawa* yang mengandung arti pernyataan ikut berduka cita (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 140).

4. Memperdebatkan

Memperdebatkan berarti memperbantahkan; membahas sesuatu hal dengan saling memberi alasan untuk mempertahankan pendapat atau pendirian (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 141).

5. Mengalihkan pembicaraan

Mengalihkan dari percakapan tentang suatu hal. Mengalihkan pembicaraan berarti menukar percakapan; mempercakapkan atau membicarakan perkara lain (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 142).

6. Menyangkal/ mengingkari

Menyangkal berarti ‘menyatakan bahwa tidak benar; tidak membenarkan; membantah; menyanggah; menentang; menolak; mengingkari (tidak mengakui) (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 143).

7. Memberi pujian

Memberi pujian berarti memberikan pernyataan memuji (melahirkan kekaguman dan penghargaan kepada sesuatu (yang dianggap baik, indah, gagah berani, dsb.) (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 144).

8. Mengucapkan selamat

Mengucapkan selamat berarti mengucapkan doa (ucapan, pernyataan, dsb.) yang mengandung harapan supaya sejahtera (beruntung, tidak kurang suatu apa, dsb.) (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 145).

9. Merayu/ menyanjung

Merayu/ menyanjung berarti membujuk (memikat) dengan kata-kata manis, dsb. (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 147). Menyanjung berarti melontarkan kata-kata pujian untuk membangkitkan rasa senang; mempersenangkan hati; memuji.

10. Membanggakan

Membanggakan berarti ‘berbesar hati karena sesuatu; merasa bangga akan sesuatu; memegahkan; menimbulkan perasaan bangga (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 148).

11. Mengkritik

Mengkritik berarti mengemukakan kritik (kecaman atau tanggapan, atau kupasan disertai uraian dan pertimbangan baik buruk terhadap suatu hasil karya, pendapat, dsb.); mengecam (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 148).

12. Memperingatkan

Memperingatkan berarti mengingatkan; memberi ingat; memberi nasihat, teguran, dsb.) supaya ingat akan kewajibannya, dsb (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 148).

13. Menghina

Menghina berarti merendahkan; memandang rendah (hina, tidak penting) (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 148).

14. Menuduh, menyalahkan

Menuduh berarti menunjuk dan mengatakan bahwa seseorang berbuat kurang baik (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 148).

15. Mengancam

Mengancam berarti member pertanda atau peringatan mengenai kemungkinan malapetaka yang bakal terjadi (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 149).

16. Mengingat

Mengingat berarti member peringatan (teguran, nasihat) supaya ingat akan kewajiban (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 149).

17. Menyarankan

Menyarankan berarti memberikan saran (anjaran dsb); menganjurkan (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 149).

18. Menganjurkan

Mengemukakan sesuatu supaya diturut (dilakukan, dilaksanakan, dsb); mengajukan usul, saran dsb (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 149).

19. Meyakinkan

Meyakinkan berarti melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 149).

20. Menegaskan

Menegaskan berarti menerangkan; menjelaskan; membenarkan; memastikan (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 150).

21. Memaksakan

Memaksakan berarti mendesakkan sesuatu kepada; memaksa orang agar mau menerima (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 150).

22. Mengomentari

Mengomentari berarti memberi komentar; mengulas (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 150).

23. Menanyai

Menanyai berarti bertanya kepada; hendak mengetahui dengan bertanya; memeriksa (dengan bertanya) (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 151).

24. Memperbaiki

Memperbaiki berarti membetulkan (kesalahan, kerusakan, dsb.); menjadikan lebih baik (bagus, rapi, dsb.) (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 150).

25. Melaporkan

Melaporkan berarti memberitahukan (Poerwadarminta dalam Tarigan 2013: 150).

Untuk macam-macam tindak ilokusi peneliti merujuk pada pendapat Searle.

2.3.3 Interpretasi Tuturan

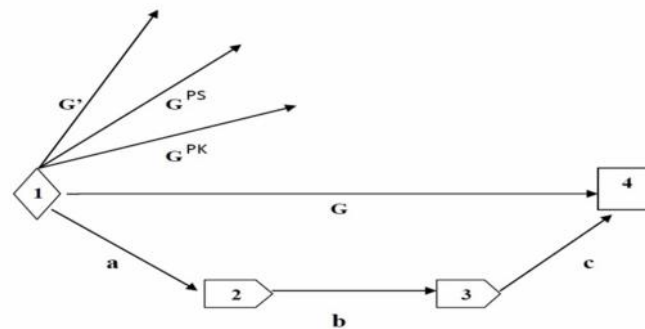
Dalam sebuah peristiwa tutur, kenyataannya, penutur tidak selalu mengatakan apa yang dimaksudkannya secara langsung. Untuk menyampaikan maksud tertentu, penutur sering juga menggunakan tindak tutur tidak langsung. Penggunaan bentuk verbal tidak langsung dalam peristiwa tutur ini sering menimbulkan persoalan berkaitan dengan interpretasi terhadap tindak tutur yang terkandung dalam tuturan tersebut. Oleh karena itu, tindak tutur yang disampaikan secara tidak langsung membutuhkan kecermatan analisis agar tujuan tuturan (tujuan pribadi dan tujuan sosial) dapat tercapai dengan sebaik-baiknya (Rusminto, 2013: 93).

Terkait dengan interpretasi tuturan, Leech dalam Rusminto (2013: 95) menyatakan bahwa prosedur analisis pragmatik dapat dipandang dari dua sudut pandang, yaitu dari sudut pandang penutur dan sudut pandang mitra tutur.

2.3.3.1 Prosedur Analisis Pragmatik dari Sudut Pandang Penutur

Ditinjau dari sudut pandang penutur, ada hal yang perlu dipertimbangkan oleh penutur dalam menggunakan tuturan, yakni membuat perencanaan tuturan.

“Seandainya penutur ingin mengubah atau mempertahankan keadaan mental mitra tutur, apakah yang harus diucapkan agar penutur berhasil?” Dari sudut pandang penutur analisis pragmatik dapat dilakukan dengan menggunakan analisis cara-tujuan (*means-ends*) yang menggambarkan keadaan awal sebagai masalah, keadaan pertengahan, dan keadaan akhir sebagai tujuan penutur untuk mengatasi masalah melalui cara-cara yang terletak dalam rangkaian antara masalah dan tujuan. Untuk memperjelas uraian, Leech menggambarkan analisis cara-tujuan (*means-ends*) sebagai berikut.



Bagan 1. Analisis Cara-Tujuan (means-ends) (modifikasi dari Leech, 1983)

Keterangan

1 = keadaan awal

2 = keadaan tengah (mitra tutur mengerti bahwa penutur merasa dingin)

3 = keadaan tengahan (mitra tutur mengerti bahwa penutur ingin alat pemanas dinyalakan)

4 = keadaan akhir (penutur merasa hangat)

G = tujuan (goal), yakni untuk mencapai keadaan 3

G^{PS} = tujuan untuk mematuhi PS

G^{PK} = tujuan untuk mematuhi PK

G' = tujuan-tujuan lain

a = tindakan penutur menyatakan kepada mitra tutur bahwa udaranya sangat dingin

b = tindakan penutur berupa tuturan kepada mitra tutur agar alat pemanas dinyalakan

c = tindakan mitra tutur menyalakan alat pemanas

Gambar di tersebut dapat disederhanakan atau diperluas sesuai dengan kebutuhan berdasarkan keadaan tengahan yang lebih sederhana atau lebih kompleks.

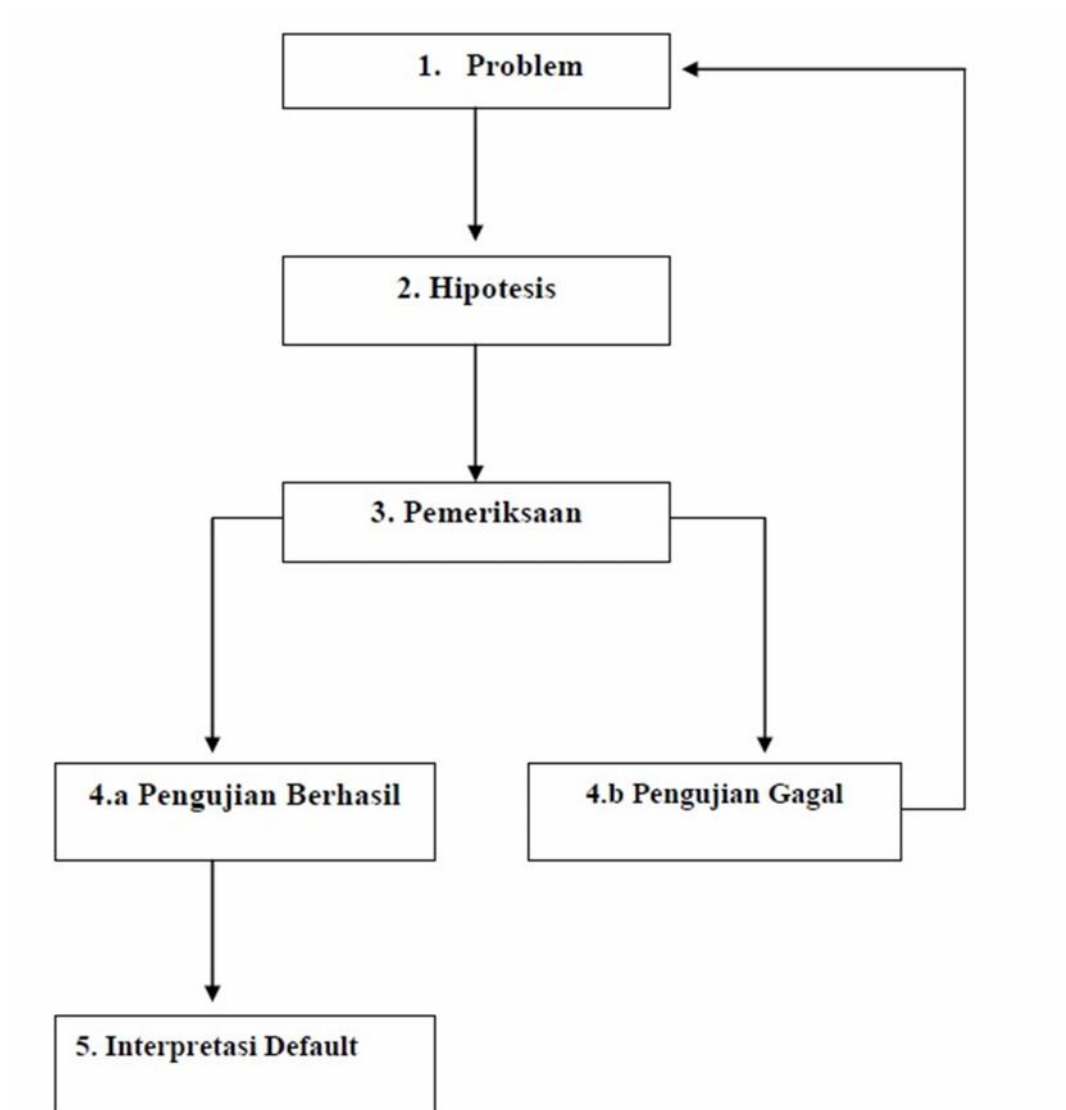
2.3.3.2 Prosedur Analisis Pragmatik dari Sudut Pandang Mitra Tutur

Persoalan yang dihadapi mitra tutur dalam sebuah peristiwa tutur adalah masalah interpretasi. “Seandainya penutur mengucapkan tuturan tertentu, apakah alasan penutur yang paling masuk akal untuk mengucapkan tuturan tersebut?”

(Rusminto, 2013: 97). Dalam analisis pragmatik dari sudut mitra tutur, Leech menawarkan pemakaian analisis heuristik untuk menginterpretasi sebuah tuturan.

Dalam analisis heuristik, analisis berawal dari problema, dilengkapi proposisi, informasi latar belakang konteks, dan asumsi dasar bahwa penutur menaati prinsip-prinsip pragmatis, kemudian mitra tutur merumuskan hipotesis tujuan tuturan. Berdasarkan data yang tersedia, hipotesis diuji kebenarannya. Bila hipotesis sesuai dengan bukti-bukti kontekstual yang tersedia, berarti pengujian berhasil, hipotesis diterima kebenarannya, dan menghasilkan interpretasi baku yang menunjukkan bahwa tuturan mengandung satuan pragmatis. Jika pengujian gagal karena hipotesis tidak sesuai dengan bukti yang tersedia, mitra tutur perlu membuat hipotesis baru untuk diuji kembali dengan data yang tersedia. Proses pengujian ini dapat berlangsung secara berulang-ulang sampai diperoleh hipotesis yang berterima.

Gambar berikut akan memperjelas uraian tersebut.



Bagan 2. Analisis Heuristik

Hipotesis pada bagan dapat diformulasikan secara sederhana dengan menggunakan proposisi (P) sebagai lambang dari makna tuturan (T). Dengan demikian, makna tuturan dapat dianggap sebagai tujuan dari proses pemecahan masalah dan dapat diformulasikan sebagai berikut.

- (1) N mengatakan kepada MT (bahwa P).
- (2) Maksud N adalah agar [MT mengetahui (bahwa P)]

Bertolak dari prinsip-prinsip percakapan yang berkaitan, hipotesis ini diperiksa dan diuji apakah hipotesis tersebut taat asas dan sesuai dengan bukti-bukti yang ada dalam konteks.

(3) N yakin (bahwa P)

(4) N yakin [bahwa MT tidak mengetahui (bahwa P)]

(5) N yakin {bahwa sebaiknya [MT mengetahui (bahwa P)]}

Jika hipotesis sudah dirumuskan dan diasumsikan bahwa hipotesis tersebut benar serta N menaati PK, [hipotesis tersebut akan diikuti dengan beberapa konsekuensi bersyarat seperti (3), (4), dan (5)]. Kehadiran butir (3) merupakan sebuah konsekuensi, jika tidak, penutur berbohong dan melanggar maksim kualitas.

Demikian juga dengan kehadiran butir (4), sebab jika tidak, berarti penutur mengatakan sesuatu yang bukan merupakan informasi yang baru bagi mitra tutur.

Dengan demikian, penutur akan melanggar maksim kuantitas karena penutur tidak memberikan informasi yang diberikan mitra tutur. Sementara itu, jika butir (5) tidak hadir, berarti penutur menuturkan sesuatu yang tidak ada hubungannya dengan situasi dan dengan demikian melanggar maksim hubungan.

Jika konsekuensi-konsekuensi tersebut sesuai dengan bukti-bukti yang terdapat dalam konteks, hipotesis dapat diterima, akan tetapi jika terdapat konsekuensi yang tidak sesuai dengan bukti-bukti yang ada, hipotesis harus ditolak. Kemudian disusun hipotesis baru untuk diuji dengan bukti-bukti kontekstual yang tersedia sampai diperoleh hipotesis yang berterima (Rusminto, 2012: 100).

2.4 Konteks

Pengkajian pragmatik tidak akan lengkap tanpa menghadirkan konteksnya.

Gagasan mengenai konteks berada di luar pengejawantahannya yang jelas seperti latar fisik tempat dihasilkannya suatu ujaran. Konteks wacana yang dikemukakan Sudaryat (2009: 141) adalah ciri-ciri alam di luar bahasa. selanjutnya, Kleden (dalam Sudaryat, 2009: 141) menjelaskan bahwa konteks adalah ruang dan waktu yang spesifik yang dihadapi seseorang atau kelompok orang. Setiap wacana selalu lahir dalam konteks tertentu, oleh karena itu pemahaman mengenai sebuah wacana memerlukan tinjauan yang bersifat kontekstual.

Konteks yang mendukung pemaknaan ujaran, tuturan, atau wacana adalah situasi kewacanaan. Situasi kewacanaan berkaitan erat dengan tindak tutur. Dell Hymes (dalam Sudaryat, 2009: 146) menyebut komponen tutur dengan singkatan SPEAKING, dalam bahasa Indonesia pun komponen tutur yang merupakan konteks kewacanaan dapat disingkat dengan WICARA yang fonem awalnya mengacu pada: W (waktu, tempat, dan suasana), I (Instrumen yang digunakan), C (cara dan etika tutur), A (alur ujaran dan pelibat tutur), R (rasa, nada, dan ragam bahasa), dan A (amanat dan tujuan tutur) (Sudaryat: 2009:146). Berikut ini adalah paparan mengenai konteks kewacanaan tersebut.

2.4.1 Waktu Tempat dan Suasana

Waktu berlangsungnya komunikasi adalah siang, malam, pagi-pagi, sore hari, dsb.. pilihan kata yang digunakan untuk masing-masing waktu tersebut tentu tidak sama. Suasana penggunaan ujaran akan menentukan jenis bahasanya. Bahasa dalam suasana resmi (formal) akan berbeda dengan bahasa dalam suasana tidak

resmi (informal). Tempat berlangsungnya ujaran bisa di rumah, di jalan, di sawah, di kantor, di pasar, dsb.. Perbedaan tempat tentu akan memengaruhi penggunaan bahasanya dan menumbuhkan variasi –variasi bahasa. Ekspresi bahasa sangat dipengaruhi oleh latar belakang tempat, waktu, dan suasana pemakainya, di mana, kapan, dan bagaimana cara digunakannya.

2.4.2 Instrumen yang Digunakan

Bahasa yang digunakan dalam komunikasi dapat berupa medium bahasa lisan maupun medium bahasa tulisan. Meskipun begitu, untuk mengekspresikan isi hati digunakan pula sarana komunikasi nonverbal (isyarat, kinesik). Alat yang digunakan dalam komunikasi bahasa akan menentukan jenis dan wujud bahasanya. Pemakaian alat bantu dalam berbahasa bergantung pula komunikasi bahasa itu, antara lain radio, TV, pengeras suara, OHP, koran, majalah, telepon, dan surat.

2.4.3 Cara dan Etika Tutur

Cara dan etika tutur (*norm*) mengacu pada perilaku peserta tutur. Misalnya, diskusi yang cenderung dua arah, setiap peserta memberikan tanggapan. Berbeda dengan kuliah atau ceramah yang cenderung satu arah, ada norma diskusi dan norma ceramah. Berbeda pula dengan khotbah.

2.4.4 Alur Ujaran dan Pelibat Tutur

Alur ujaran merupakan wujud bahasa yang digunakan sewaktu berkomunikasi berkaitan dengan struktur bahasa, seperti: bunyi, urutan (*order*), dan konstruksi.

- a. Struktur lahir yang berupa representasi fonetis, berbentuk satuan bahasa (fonem, morfem, kata, frasa, klausa, kalimat, dan wacana berada dalam

wilayahmulut sebagai perilaku ujaran (*parole, performmance*), bersifat heterogen dan variatif sehingga relatif mudah berubah.

- b. Struktur batin yang berupa kaidah fonologis, gramatikal, dan semantis, berada dalam wilayah otak dan pikiran, berupa kemampuan (*langue, competence*), bersifat homogen, dan reatif tetap.
- c. Pelibat tutur menyangkut penyapa (pembicara/penulis) dan pesapa (penyimak/pembaca). Berlangsungnya komunikasi bahasa antara penyapa dan pesapa berpusat pada objek yang dibicarakan.

2.4.5 Rasa, Nada, dan Ragam Bahasa

Rasa (*feeling*) merupakan sikap penyapa terhadap topik atau tema yang sedang dibicarakan. Rasa sangat bergantung kepada pribadi penyapanya. Karena itu, rasa bersifat subjektif. Misalnya, dalam komunikasi pemakai bahasa bisa memiliki perasaan gembira, sedih, kesal, dan ragu-ragu.

Nada (*tone*) merupakan sikap penyapa terhadap pesapanya. Misalnya, penyapa memunyai sikap sinis seperti seorang guru yang mempersilakan siswanya yang kesiangn akan berkata: *Datangnya pagi-pagi benar, Nak?*. Ujaran tersebut tidak mengacu pada kedatangan siswa yang terlalu pagi tetapi sebaliknya yaitu mengapa siswa tersebut datang terlambat ke sekolah.

Ragam Bahasa atau variasi bahasa (*language variety*) mengacu ke bentuk dan jenis wacana serta gaya bahasa yang digunakan sewaktu komunikasi berlangsung. Variasi bahasa dapat dibedakan berdasarkan pemakai dan pemakaian bahasa. Ragam pemakaian bahasa menyangkut logat (dialek) dan sikap bahasa atau gaya

bahasa. ragam pemakaian bahasa menyangkut kebakuan, tujuan, sifat, dan medium bahasa.

2.4.6 Amanat Tutar

Amanat tutur merupakan maksud dan tujuan yang ingin dicapai oleh penyapaa.

Amanat juga adalah perasaan penyapa yang sudah pesapa terima. Tujuan pembicaraan bisa bersifat informatif, interogatif, imperatif, dan vokatif. Tujuan informatif mengharapkan agar pesapa merenspon dengan perhatian saja, tujuan interogatif mengharapkan agar pesapa merespon dengan jawaban. Tujuan imperatif mengharapkan agar pesapa merenspon dengan tindakan, dan tujuan vokatif mengharapkan agar pesapa merespon dengan perhatian.

Amanat ujaran berkaitan erat dengan isi yang dikandung oleh ujaran itu. Amanat ujaran dapat diterima langsung oleh pesapa, dapat pula sebaliknya. Amanat ujaran mungkin langsung dipahami oleh pesapa mungkin tidak langsung. Dalam hal ini, sering terjadi kesalahpahaman antara penyapaa dan pesapa yang disebut *misscommunication* atau *missunderstanding*.

2.5 Implikatur

Asumsi dasar percakapan adalah memberi dan menangkap informasi. Informasi tersebut tentu memiliki makna yang lebih banyak dari kata-kata yang disampaikan. Makna tersebut merupakan makna tambahan yang disampaikan atau yang disebut implikatur (Yule, 2014: 61). Istilah implikatur dipakai untuk memperhitungkan apa yang disarankan atau apa yang dimaksud oleh penutur sebagai hal yang berbeda dari apa yang dinyatakan secara harfiah (Brown dan Yule, 1983: 31). Dalam suatu tindak percakapan, setiap bentuk tuturan (*utterance*)

pada dasarnya mengimplikasikan sesuatu. Implikasi tersebut adalah proposisi yang biasanya tersembunyi di balik tuturan yang diucapkan, dan bukan merupakan bagian dari tuturan tersebut.

Pada gejala demikian tuturan berbeda dengan implikasi (Wijana, 1996: 37). Sebuah tuturan dapat mengimplikasikan proposisi yang bukan merupakan bagian dari tuturan tersebut. Proposisi yang diimplikasikan itu dapat disebut dengan implikatur percakapan (Grice dalam Rahardi, 2005: 43). Secara etimologis, implikatur diturunkan dari *implicatum*. Secara nominal, istilah ini hampir sama dengan kata *implication*, yang artinya maksud, pengertian, keterlibatan (Echols dalam Mulyana, 2005: 11).

Dalam lingkup analisis wacana, implikatur berarti sesuatu yang terlibat atau menjadi bahan pembicaraan. Secara struktural, implikatur berfungsi sebagai jembatan/rantai yang menghubungkan antara “yang diucapkan” dengan “yang diimplikasikan”. Jadi, suatu dialog yang mengandung implikatur akan selalu melibatkan penafsiran yang tidak langsung. Dalam komunikasi verbal, implikatur biasanya sudah diketahui oleh pembicara, dan karenanya tidak perlu diungkapkan secara eksplisit. Dengan berbagai alasan, implikatur justru sering disembunyikan agar hal yang diimplikasikan tidak nampak terlalu mencolok (Mulyana, 2005: 11).

Brown dan Yule dalam Rusminto (2012: 72) menyatakan bahwa implikatur digunakan untuk memperhitungkan apa yang disarankan atau apa yang dimaksud oleh penutur sebagai hal yang berbeda dari apa yang dinyatakan secara harfiah. Wijana (1996: 38) menjelaskan bahwa implikatur adalah hubungan antara tuturan dengan yang disiratkan dan tidak bersifat semantik, tetapi kaitan keduanya hanya

didasarkan pada latar belakang yang mendasari kedua proposisinya. Mulyana (2005: 11) juga memberikan penjelasan bahwa dalam ruang lingkup wacana, implikatur berarti sesuatu yang terlibat atau menjadi bahan pembicaraan.

Sementara, menurut Lubis (2011: 70) implikatur adalah arti atau aspek arti pragmatik. Dengan demikian, hanya sebagian saja dari arti literal (harfiah) itu yang turut mendukung arti sebenarnya, selebihnya berasal dari fakta-fakta di sekeliling kita (atau dunia ini) situasinya, kondisinya.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa implikatur adalah makna yang tersirat dalam sebuah tuturan yang dapat mengimplikasikan banyak makna. Di dalam implikatur hubungan antara tuturan yang sesungguhnya dengan maksud yang tidak dituturkan itu bersifat tidak mutlak. Inferensi maksud tuturan itu harus didasarkan pada konteks situasi tutur yang mewadahi munculnya tuturan tersebut (Rahardi, 2005: 43). Wijana (1996: 37) menyatakan bahwa sebuah tuturan dapat menimbulkan banyak implikatur tergantung implikasi yang ditimbulkan dari tuturan tersebut.

Implikatur sebuah tuturan tergantung dari implikasi-implikasi yang hadir dari tuturan tersebut yang diperkuat dengan konteks yang meliputi tuturan tersebut.

Wijana (1996: 39) memberikan contoh sebagai berikut.

- (1) A: *Bambang datang*
B: *Rokoknya disembunyikan*
- (2) A: *Bambang datang*
B: *Aku akan pergi dulu*
- (3) A: *Bambang datang*
B: *Kamarnya dibersihkan*

Pada contoh (1) implikasi yang mungkin muncul adalah Bambang seorang perokok tapi dia tidak pernah membeli rokok. Hal ini menyebabkan munculnya

tuturan “Jangan sampai Bambang tahu bahwa mereka membeli rokok karena Bambang pasti akan memintanya”. Tuturan yang muncul sebagai tanggapan “Bambang datang” pada contoh (2) mengimplikasikan bahwa orang itu tidak suka dengan kedatangan Bambang. Implikatur dari tuturan tanggapan tersebut adalah bahwa “orang itu tidak mau bertemu Bambang”. Tuturan “kamarnya dibersihkan” pada contoh (3) mengimplikasikan bahwa Bambang adalah seorang yang pembersih dan akan marah jika melihat sesuatu yang kotor. Tuturan ini memiliki implikatur bahwa “orang itu tidak mau mendengarkan Bambang berkomentar atau marah-marah”.

Levinson (1983) melihat kegunaan konsep implikatur terdiri atas empat butir:

1. Konsep implikatur memungkinkan penjelasan fungsional yang bermakna atas fakta-fakta kebahasaan yang tak terjangkau oleh teori linguistik.
2. Konsep implikatur memberikan suatu penjelasan yang tegas/implisit tentang bagaimana mungkin apa yang diucapkannya secara lahiriah berbeda dari apa yang dimaksud dan bahwa pemakai bahasa itu mengerti pesan yang dimaksud, seperti pada contoh percakapan berikut.

(4) A: *Jam berapa sekarang?*

(5) B: *Sebentar lagi Dedi pulang sekolah.*

Kelihatannya, secara konvensional struktural, kedua kalimat itu tidak berkaitan. Namun, penutur kedua sudah mengetahui bahwa jawaban yang disampaikan sudah cukup untuk menjawab pertanyaan penutur pertama, sebab dia sudah mengetahui jam berapa biasanya anak-anak pulang sekolah.

3. Konsep implikatur ini kelihatannya dapat menyederhanakan pemerian semantik dari perbedaan hubungan antar klausa, walaupun klausa itu dihubungkan dengan kata struktur yang sama, seperti pada contoh berikut.

(6) Doni menggiring bola dan menendangnya ke gawang lawan.

(7) Santi menyapu halaman dan Anto memperbaiki sepeda.

Meskipun kedua kalimat tersebut menggunakan kata penghubung yang sama, *dan*, kedua kalimat tersebut memiliki hubungan klausa yang berbeda. Contoh pada kalimat (6) susunannya tidak dapat dibalik, sedangkan pada kalimat (7) susunannya dapat dibalik menjadi

(7a) Anto memperbaiki sepeda dan Santi menyapu halaman.

Hubungan klausa kedua kalimat tersebut dapat dijelaskan secara pragmatik dengan menggunakan dua perangkat implikatur yang berbeda, yaitu pada kalimat (6) terdapat hubungan 'lalu', sedangkan pada kalimat (7) terdapat hubungan 'demikian juga'.

4. Konsep implikatur ialah bahwa hanya beberapa butir saja dasar-dasar implikatur dapat menerangkan berbagai macam fakta/gejala yang secara lahiriah kelihatan tidak atau berlawanan. Implikatur percakapan dapat menjelaskan mengapa kalimat pernyataan seperti pada contoh (8) dapat saja bermakna kalimat perintah seperti pada contoh (9).

(8) Bagus sekali potongan rambutmu.

(9) Kamu tidak pantas dengan potongan rambut ini, sebaiknya kamu mengganti model rambut.

Perlu digarisbawahi adalah bahwa dalam memahami implikatur percakapan, penutur dan mitra tutur harus memiliki pemahaman yang sama tentang kenyataan-kenyataan tertentu yang berlaku dalam kehidupan.

Grice (1957, juga dalam Steinberg & Jakobovits, 1971) membedakan dua macam makna yang dia sebut *natural meaning* dan *non-natural meaning*. Menurut Grice, implikatur terdiri atas empat aturan percakapan yang mendasari kerja sama penggunaan bahasa yang efisien yang secara keseluruhan disebut dasar kerja sama. Untuk dapat menemukan implikatur tuturan, terlebih dahulu harus dianalisis apakah tuturan pada iklan itu mematuhi empat maksim percakapan yang dikemukakan Grice. Tuturan itu memiliki implikatur apabila melanggar salah satu dari empat maksim yang dikemukakan Grice. Prinsip kerja sama ini terdiri dari empat aturan percakapan (maksim), yaitu: kuantitas, kualitas, hubungan, dan cara.

- a. Maksim kuantitas menghendaki setiap peserta tutur hanya memberikan kontribusi yang secukupnya saja atau sebanyak yang dibutuhkan oleh lawannya.
- b. Maksim kualitas menghendaki agar peserta pertuturan itu mengatakan hal yang sebenarnya; hal yang sesuai dengan data dan fakta.
- c. Maksim relevansi mengharuskan setiap peserta pertuturan memberikan kontribusi yang relevan dengan masalah atau tajuk pertuturan.
- d. Maksim cara mengharuskan penutur dan lawan tutur berbicara secara langsung, tidak kabur, tidak ambigu, tidak berlebih-lebihan dan runtut.

Implikatur percakapan memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Sesuatu implikatur percakapan dapat dibatalkan dalam hal tertentu.
2. Biasanya tidak ada cara lain untuk mengatakan apa yang dikatakan dan masih mempertahankan implikatur yang bersangkutan.

3. Implikatur percakapan mempersyaratkan pengetahuan terlebih dahulu akan arti konvensional dari kalimat yang dipakai.
4. Kebenaran dari isi sesuatu implikatur percakapan bukanlah tergantung pada kebenaran akan yang dikatakan.

2.6 Periklanan

Iklan dan promosi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Perkembangan iklan saat ini dipandang sebagai sebuah sistem informasi yang sangat penting bagi produsen maupun konsumen (Morrisan, 2010:1).

Produsen sebagai penjual barang maupun jasa pada dasarnya menggunakan iklan untuk memperkenalkan produk yang mereka pasarkan menggunakan iklan.

Kemampuan iklan dan metode promosi yang dilakukan produsen menjadi dua bagian yang penting dalam keberhasilan pemasaran produk. Konsumen sebagai pengguna barang dan jasa juga memerlukan iklan sebagai salah satu pertimbangan mereka untuk menentukan dalam memilih barang atau jasa yang mereka perlukan.

Pengertian iklan atau *advertising* didefinisikan oleh Alexander (dalam Morrisan, 2010:17) sebagai "*any paid form of nonpersonal communication about an organization, product, service, or idea by identified sponsor*" (setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui). Dari definisi di atas terdapat kata "dibayar" (*any paid*) dan "nonpersonal" yang diberi penekanan khusus. Maksud kata "dibayar" (*any paid*) pada definisi tersebut menunjukkan bahwa kenyataannya ruang dan waktu yang digunakan untuk memperkenalkan produk

harus dibeli oleh produsen. Kata “nonpersonal” berarti suatu iklan harus melibatkan media massa (TV, radio, majalah, koran, dll) yang dapat mengirim pesan kepada masyarakat secara luas.

Pelibatan media massa oleh produsen memiliki beberapa alasan sebagai tempat untuk mempromosikan produk. Alasan yang pertama adalah iklan di media massa dinilai efisien dari segi biaya untuk dapat menjangkau audiensi dalam jumlah yang besar. Kedua, iklan di media massa dapat digunakan untuk menciptakan merek dan daya tarik simbolis bagi suatu perusahaan atau merek. Hal ini menjadi sangat penting khususnya bagi produk yang sulit dibedakan dari segi kualitas maupun fungsinya dengan produk saingannya. Pemasang iklan harus dapat memanfaatkan iklan di media massa untuk memosisikan produknya di mata konsumen (Belch & Belch, dalam Morissan, 2010: 18).

Jenis-jenis iklan dalam pengelolaan pemasaran suatu produk perusahaan beriklan dapat dilihat dari berbagai tingkatan atau level. Iklan level nasional atau lokal/retail dengan target masyarakat konsumen secara umum, dan iklan untuk level industri atau disebut juga *profesional advertising* dan *trade advertising* yang ditujukan untuk konsumen industri, perusahaan, atau profesional. Pada dasarnya semua jenis iklan menggunakan media bahasa untuk menyampaikan pesan serta gagasannya. Bahasa dalam iklan dituntut untuk mampu menggugah, menarik, mengidentifikasi, manggalang kebersamaan, dan mengkomunikasikan pesan dengan kooperatif kepada khalayak (Stan Rapp & Tom Collins, 1995: 152). Dengan demikian, struktur kata dalam penulisan iklan adalah:

1. Menggugah : mencermati kebutuhan konsumen, memberikan solusi, dan memberikan perhatian.
2. Informatif : kata-katanya harus jelas, bersahabat, komunikatif, dan tidak bertele-tele apalagi sampai mengabaikan durasi penayangan.
3. Persuasif : rangkaian kalimatnya membuat target audience nyaman, senang, tertantr, dan menghibur.
4. Bertenaga gerak : komposisi kata-katanya menghargai waktu selama masa penawaran/masa promosi berlangsung.

Sebuah perusahaan menggunakan iklan sebagai strategi menyampaikan gagasan suatu produk kepada masyarakat yang efektif dan efisien dengan menggunakan bahasa yang menggugah, informatif, persuasif, dan bertenaga gerak. Untuk dapat menyampaikan gagasan tersebut, iklan yang dibuat oleh produsen harus mengikuti kaidah-kaidah tata bahasa, gaya bahasa, idiom, tindak tutur dalam percakapan, dan konteks penggunaan bahasa.

2.7 Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama(SMP)

Pembelajaran bahasa akan terkait dengan penguasaan empat keterampilan bahasa, yaitu keterampilan mendengar, berbicara, membaca, dan menulis. Keempat keterampilan tersebut akan saling terkait dalam setiap materi atau pokok bahasan dalam pembelajaran bahasa.

Elemen perubahan pada kurikulum 2013 membawa perubahan pula pada karakteristik Kompetensi Dasar (KD) Mata Pelajaran Bahasa Indonesia pada domain pengetahuan dan keterampilan.

Menurut Priyatni (2014: 37-43), beberapa karakteristik KD pengetahuan dan keterampilan pada kurikulum 2013 adalah sebagai berikut.

1. Pembelajaran Berbasis Teks

Dalam kurikulum 2013, bahasa Indonesia tidak hanya difungsikan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana berpikir. Bahasa adalah sarana untuk mengekspresikan gagasan dan sebuah gagasan yang utuh biasanya direalisasikan dalam bentuk teks. Teks dimaknai sebagai ujaran atau tulisan yang bermakna, yang memuat gagasan utuh. Dengan asumsi tersebut, fungsi pembelajaran bahasa adalah mengembangkan kemampuan memahami dan menciptakan teks karena komunikasi terjadi dalam teks atau pada tataran teks. Pembelajaran berbasis teks inilah yang digunakan sebagai dasar pengembangan kompetensi dasar mata pelajaran bahasa Indonesia ranah pengetahuan dan keterampilan dalam Kurikulum 2013 (Priyatni, 2014: 37).

Kemampuan memahami dan menciptakan teks ini dilandasi oleh fakta bahwa kita hidup di dunia kata-kata. Ketika kita menyimak atau membaca, itu artinya kita menginterpretasikan makna yang ada dalam teks. Ketika kata-kata itu dirangkai dalam satu kesatuan untuk mengomunikasikan makna tertentu, itu artinya kita telah menciptakan teks. Demikian juga ketika kita berbicara atau menulis untuk mengomunikasikan pesan tertentu, itu artinya kita telah menciptakan teks (Priyatni, 2014: 37).

2. KD disusun dengan Memperhatikan Taksonomi/ Hierarki Berpikir

Rumusan KD mata pelajaran bahasa Indonesia jenjang SMP dan SMA telah disusun dengan memperhatikan taksonomi berpikir. Taksonomi berpikir untuk

jenjang SMA pada ranah pengetahuan dimulai dari memahami, membandingkan, menganalisis, dan mengevaluasi tiap jenis teks. Sedangkan untuk ranah keterampilan dimulai dari menginterpretasi, memproduksi, menyunting, mengabstraksi, dan mengonversi tiap jenis teks.

Hal ini sejalan dengan hakikat bahasa sebagai sarana untuk mengekspresikan gagasan dan sebuah gagasan yang utuh biasanya direalisasikan dalam bentuk teks.

3. Fokus pada Pengembangan Kompetensi Literasi

Apabila dikaitkan dengan kompetensi inti, yang jangkauannya pada pemecahan masalah kehidupan maka fokus pengembangan kemampuan dalam mata pelajaran bahasa Indonesia adalah kemampuan literasi. Kemampuan literasi adalah kemampuan menyelesaikan masalah atau mencapai tujuan dalam dunia nyata dengan menggunakan teks sebagai alat utamanya (Puskur dalam Priyatni, 2014: 40). Literasi merupakan integrasi kemampuan kemampuan menyimak, berbicara, membaca, menulis, dan berpikir kritis. Alwasilah dalam Priyatni (2014: 40) menjelaskan bahwa literasi kritis adalah keterampilan kritis dan analitis yang diperlukan untuk memahami dan menginterpretasikan teks-teks ujaran maupun tulis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan kehidupan di masyarakat, baik akademis maupun sosial.

4. Lingkup Penguasaan Materi Berbasis Teks

Mata pelajaran Bahasa Indonesia bertujuan agar para siswa memiliki kompetensi berbahasa Indonesia untuk berbagai fungsi komunikasi dalam berbagai kegiatan sosial. Kegiatan yang dirancang dalam buku diharapkan dapat membantu siswa mengembangkan kompetensi berbahasa, kognisi, kepribadian, dan emosi siswa.

Selain itu, pembelajaran Bahasa Indonesia diharapkan dapat menumbuhkan minat baca dan minat menulis.

Sehubungan dengan tujuan-tujuan tersebut, pembelajaran Bahasa Indonesia dikembangkan berdasarkan pendekatan komunikatif, pendekatan berbasis teks, pendekatan CLIL (*content language integrated learning*), pendekatan pendidikan karakter, dan pendekatan literasi.

Konsep utama pengembangan buku teks adalah berbasis-genre. Genre dimaknai sebagai kegiatan sosial yang memiliki jenis yang berbeda sesuai dengan tujuan kegiatan sosial dan tujuan komunikatifnya. Masing-masing jenis genre memiliki kekhasan cara pengungkapan (struktur retorika teks) dan kekhasan unsur kebahasaan. Inilah cara pandang baru tentang bahasa. Pada Kurikulum 2006 pembelajaran Bahasa Indonesia menekankan pada pendekatan komunikatif. Kurikulum 2013 lebih menajamkan efek komunikasinya dan dampak fungsi sosialnya. Bahasa dan isi menjadi dua hal yang saling menunjang. *Content Language Integrated Learning* menonjolkan empat unsur penting sebagai penajaman pengertian kompetensi berbahasa, yaitu isi (*content*), bahasa/komunikasi (*communication*), kognisi (*cognition*), dan budaya (*culture*).

Alokasi waktu Mata Pelajaran Bahasa Indonesia adalah 6 jam per minggu. Jam belajar SMP adalah 40 menit. Pemetaan keseluruhan kelas diringkas pada tabel berikut.

**Pemetaan Genre Mata Pelajaran Bahasa Indonesia
Berdasarkan Kompetensi Dasar KI-3 Dan KI-4 SMP**

Urutan Logis	Genre dan lokasi sosialnya		
	Kelas 7	Kelas 8	Kelas 9
1	Deskripsi: mendeskripsikan objek dan peristiwa	Rekon: berita	Laporan: percobaan/eksperimen
2	Narasi: cerita fantasi	Eksposisi: iklan, slogan, poster	Eksposisi: pidato Persuasif
3	Prosedur: cara melakukan sesuatu dan membuat sesuatu	Eksposisi: artikel ilmiah populer	Narasi: cerita pendek
4	Laporan: hasil observasi (buku pengetahuan)	Puisi: puisi ttg perjuangan, lingkungan hidup, kondisi sosial, dll	Literasi: laporan (peta konsep, alur buku) dan tanggapan membaca buku
5	Puisi: puisi rakyat (pantun, syair, puisi rakyat daerah)	Eksplanasi: paparan tentang fenomena alam	Diskusi: (pro kontra permasalahan, seperti kesadaran pajak, korupsi, lingkungan hidup, dll.)
6	Narasi: fabel/legenda daerah	Respon/review: produk budaya (film, cerpen, puisi, novel, karya seni daerah)	Narasi: cerita inspiratif (ungkapan simpati, kepedulian, empati, perasaan pribadi)
7	Rekon (<i>recount</i>) dan Eksposisi: surat pribadi, surat dinas	Eksposisi: (saran, ajakan, arahan, pertimbangan)	Literasi: laporan (peta konsep, alur buku) dan tanggapan membaca buku
8	Literasi: laporan dan tanggapan membaca buku *	Narasi/Fiksi: drama (tradisional dan modern)	-

Tabel 2.1 Pemetaan Genre Mata Pelajaran Bahasa Indonesia di SMP

5. Aktivitas Berbahasa Difokuskan pada Memahami dan Memproduksi Teks-Teks Esensial

Dalam setahun peserta didik diajak memahami dan memproduksi maksimal lima jenis teks terpilih secara utuh dan tuntas. Jumlah jam yang memadai untuk memahami dan memproduksi tiap jenis teks akan menjadikan peserta didik memiliki pemahaman yang utuh tentang jenis teks yang dipelajari dan sekaligus dapat memproduksi teks tersebut secara optimal, baik secara tertulis maupun secara lisan.

6. Mendorong Siswa untuk Banyak Membaca

Aktivitas pembelajaran yang dilakukan dengan beragam jenis teks ini akan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk banyak membaca. Membaca di sini dimaksudkan sebagai membaca teks autentik dan utuh, bukan membaca penggalan teks.

7. Mendorong Siswa Menulis Teks Bermakna

Pada KD ranah keterampilan, peserta didik dituntut untuk memproduksi teks, menelaah, dan menyuntingnya, merevisi, dan membuat rekonstruksi teks. KD ini jelas menuntut peserta didik memproduksi teks utuh yang bermakna, baik lisan maupun tulis, bukan menulis penggalan teks yang tidak bermakna.

2.8 Sumber Belajar

Untuk mencapai tujuan pembelajaran yang ditetapkan, seorang guru perlu memperhatikan beberapa faktor penunjang, di antaranya strategi, metode, model, dan media pembelajaran. Selain itu, hal penting yang juga perlu dipertimbangkan adalah bahan dan sumber pembelajaran yang dipergunakan. Pernyataan ini didukung oleh pendapat Darmadi (2009: 211) yang menyatakan bahwa hal penting yang sering dihadapi guru adalah memilih dan menentukan bahan ajar yang tepat dalam rangka membantu siswa mencapai kompetensi. Selain itu, perlu dilakukan pemilihan sumber belajar yang tepat. Sumber belajar yang tepat selain mampu meningkatkan aktivitas dan kreativitas belajar, juga memungkinkan peserta didik menggali berbagai konsep yang sesuai dengan mata pelajaran yang sedang dipelajari sehingga menambah wawasan dan pemahaman yang senantiasa

aktual, serta mampu mengikuti berbagai perubahan yang terjadi di masyarakat dan lingkungannya (Darmadi, 2009: 74).

2.8.1 Pengertian Sumber Belajar

Sumber belajar adalah rujukan, objek, dan/ atau bahan yang digunakan untuk kegiatan pembelajaran yang berupa media cetak dan elektronik, narasumber, serta lingkungan fisik, alam, sosial, dan budaya (Priyatni, 2014: 175). Sementara itu Mulyasa (2012: 156) berpendapat bahwa sumber belajar dapat dirumuskan sebagai segala sesuatu yang dapat memberikan kemudahan belajar, sehingga diperoleh sejumlah informasi, pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan yang diperlukan.

Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sumber belajar merupakan rujukan, objek, dan atau bahan yang digunakan untuk memudahkan kegiatan pembelajaran sehingga siswa memperoleh sejumlah informasi, pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan yang diperlukan sesuai dengan tujuan pembelajaran yang ingin dicapai.

2.8.2 Jenis-jenis Sumber Belajar

Sumber belajar ada bermacam-macam yang masing-masing memiliki kegunaan tertentu. Mulyasa (2012: 156) menyebutkan bahwa sumber belajar sedikitnya dapat dikelompokkan sebagai berikut.

- a. Manusia, yaitu orang yang menyampaikan pesan pembelajaran secara langsung.
- b. Bahan, yaitu sesuatu yang mengandung pesan pembelajaran.

- c. Lingkungan, yaitu ruang dan tempat ketika sumber-sumber dapat berinteraksi dengan peserta didik.
- d. Alat dan peralatan, yaitu sumber pembelajaran untuk produksi dan memainkan sumber-sumber lain.
- e. Aktivitas, yaitu sumber pembelajaran yang merupakan kombinasi antara suatu.

Sementara Priyatni (2014: 175) menjelaskan bahwa sumber belajar dapat berupa buku siswa, buku referensi, majalah, koran, situs internet, lingkungan sekitar, narasumber, dsb.

2.8.3 Pemilihan Sumber Belajar

Priyatni (2014: 175) menjelaskan bahwa penentuan sumber belajar didasarkan pada standar kompetensi dan kompetensi dasar, materi pokok/pembelajaran, kegiatan pembelajaran, dan indikator pencapaian kompetensi. Sejalan dengan itu, Muslich (2007: 68) memerinci tiga aspek yang perlu diperhatikan dalam memilih sumber belajar/media pembelajaran yang meliputi hal-hal berikut.

- a) Kesesuaian sumber belajar/ media pembelajaran dengan tujuan pembelajaran. Maksudnya ialah sumber belajar/ media pembelajaran yang dipilih dapat dipakai untuk mencapai tujuan/ kompetensi yang ingin dicapai, misalnya buku, modul untuk kompetensi kognitif, media audio untuk kompetensi keterampilan, dan sebagainya.
- b) Kesesuaian sumber belajar/ media pembelajaran dengan materi pembelajaran. Maksudnya ialah sumber belajar/ media pembelajaran yang dipilih dapat memudahkan pemahaman peserta didik, misalnya lidi/ sempoa digunakan untuk operasi hitung (matematika); lampu, senter, globe

dan bola untuk mengilustrasikan proses terjadinya gerhana, dan sebagainya.

Sumber belajar/ media pembelajaran dideskripsikan secara spesifik dan sesuai dengan materi pembelajaran.

- c) Kesesuaian sumber belajar/ media pembelajaran dengan karakteristik peserta didik. Maksudnya ialah sumber belajar/ media pembelajaran yang dipilih sesuai dengan tingkat perkembangan kognitif, karakteristik afektif, dan keterampilan motorik peserta didik.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tindak tutur pada iklan produk makanan cepat saji di televisi. Dengan demikian, desain penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Best (dalam Sukardi, 2003: 157) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini berhubungan dengan interpretasi bahasa yang digunakan pada iklan produk makanan cepat saji. Penelitian ini berusaha menjelaskan fenomena bahasa yang terjadi menggunakan kajian pragmatik berupa tindak tutur, implikatur, dan konteks. Pendekatan kualitatif pada penelitian ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari iklan makanan cepat saji yang dapat diamati. Penelitian ini juga bertujuan memberikan pemahaman tentang bahasa yang terdapat pada iklan produk makanan cepat saji di televisi dengan menggunakan kajian pragmatik.

Data dalam penelitian ini berupa kata-kata. Apabila terdapat angka-angka dalam penelitian ini, hal tersebut hanya dimaksudkan untuk mendukung pendeskripsian

hasil penelitian. Laporan penelitian berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut.

3.2 Sumber Data

Jenis sumber data dalam penelitian ini adalah dokumenter berupa rekaman iklan makanan cepat saji dari perusahaan KFC dan McD di televisi. Jenis iklan yang dipilih pada penelitian ini adalah iklan komersil dari produk KFC dan McD yang tayang di Trans7, Trans TV, Metro TV, RCTI, SCTV, Indosiar, MNC TV, ANTV, Global TV, Net TV yang tayang pada tahun 2015-2016. Pemilihan stasiun televisi tersebut karena stasiun televisi itu merupakan stasiun televisi swasta yang frekuensi penayangan iklannya lebih sering dibandingkan televisi negeri. Iklan produk KFC dan McD yang tayang pada televisi swasta diunduh melalui saluran *youtube.com*.

Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sample* atau sampel bertujuan. Teknik ini digunakan untuk memfokuskan dan menyeleksi agar dalam pelaksanaan penelitian atau dalam pemilihan sampel lebih terarah dan tepat pada permasalahan yang dibahas. Bentuk dari data dalam penelitian ini adalah data tulisan dan lisan. Data tulisan berupa kalimat yang tertulis dan ditayangkan dalam iklan produk makanan cepat saji. Data lisan diperoleh dari tuturan yang diucapkan dalam iklan.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti yang bersangkutan. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah penulis sendiri (Sugiyono, 2008: 222). Artinya, peneliti itu sendiri yang berperan sebagai perencana, pengumpulan data, dan pelaporan hasil penelitian.

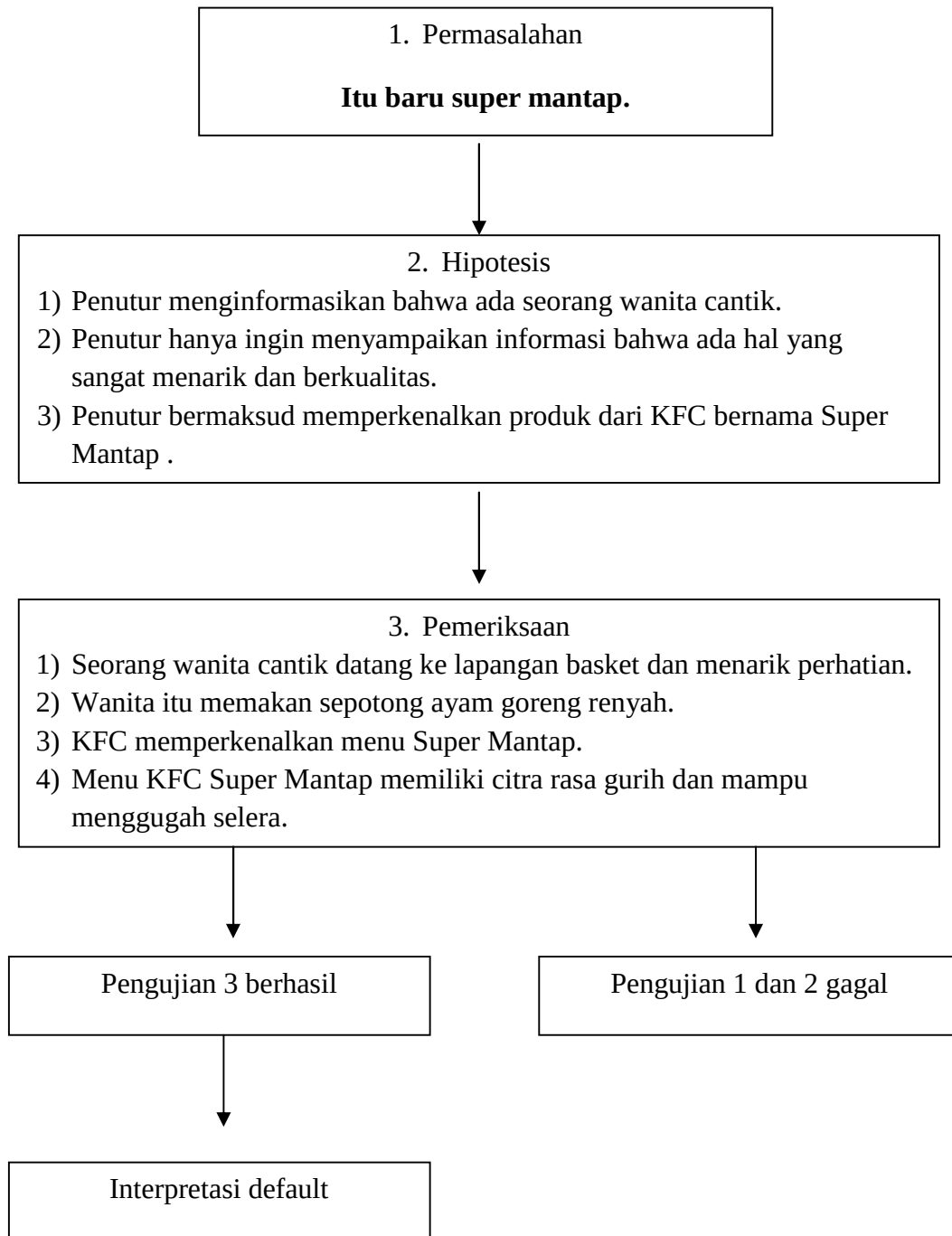
3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini berupa peristiwa kebahasaan yang berwujud wacana lisan. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik rekam, simak, dan catat. Teknik rekam adalah pemerolehan data dengan cara merekam pemakaian bahasa lisan dalam iklan. Teknik simak dan catat dilakukan dengan cara menyimak hasil rekaman kemudian mencatatnya untuk dianalisis tindak tutur, dan konteks.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis *heuristik*. Melalui teknik ini peneliti akan merumuskan hipotesis-hipotesis terhadap bentuk-bentuk implikatur yang muncul dan kemudian mengujinya berdasarkan data-data yang tersedia. Bila hipotesis tidak teruji, akan dibuat hipotesis yang baru. Seluruh proses ini terus berulang sampai akhirnya tercapai suatu pemecahan (berupa hipotesis yang teruji kebenarannya, yaitu hipotesis yang tidak bertentangan dengan evidensi yang ada).

Berikut contoh analisis heuristik yang dilakukan pada implikatur wacana kolom pojok.



Bagan 3.1 Contoh Analisis Heuristik

3.6 Langkah-langkah Analisis Data

Adapun langkah-langkah yang peneliti lakukan meliputi hal-hal berikut.

1. Pada tahap mereduksi data, peneliti membaca dan memahami data kajian bahasa pada iklan beserta dengan konteks iklan untuk dianalisis tuturannya.

Pada tahap ini peneliti memastikan bahwa bentuk-bentuk tuturan yang peneliti pilih adalah pernyataan yang mengandung tindak tutur. Apabila tuturan tersebut berbentuk tuturan langsung (tindak lokusinya sama dengan tindak ilokusinya), maka tuturan tersebut tidak memiliki implikatur. Namun, apabila bentuk tuturan tersebut merupakan tindak tutur tidak langsung (tindak lokusinya tidak sama dengan tindak ilokusi), maka tuturan tersebut mengandung implikatur. Selanjutnya data diberi kode dan dimasukkan ke dalam kartu data.

Berikut ini adalah contoh kartu data yang peneliti gunakan.

Tabel 3.1 Contoh Kartu Data

Data Iklan : 1. KFC Juara	Kode: aa.bb.cc
Tuturan / Tindak Lokusi: Itu baru super mantap	Kode:1.TL.2
Tindak Ilokusi: Memuji dan kagum pada menu KFC Super Mantap (ekspresif)	
Bentuk tuturan : Tidak Langsung Literal	
Konteks: Dituturkan pada waktu siang hari oleh sekumpulan remaja laki-laki yang sedang istirahat setelah bermain basket kemudian seorang gadis melewati mereka dan duduk di deretan kursi tempat remaja-remaja tersebut beristirahat. Gadis tersebut kemudian memakan sepotong ayam goreng.	
Implikatur: KFC memperkenalkan menu baru bernama KFC Super Mantap.	

Keterangan:

aa : nomor iklan
bb : tuturan lisan/tulisan
cc : nomor urut tuturan

2. Pada tahap menyajikan data, peneliti mengorganisasikan data ke dalam korpus data sesuai dengan tujuan kajian yang ditetapkan. Langkah ini berupa kegiatan identifikasi dan klasifikasi data kajian yang meliputi tindak tutur , dan implikatur, serta pendayagunaan konteks.

3. Pada tahap interpretasi data, peneliti menginterpretasi/memaknai setiap tuturan/ pernyataan. Dalam memaknai tuturan peneliti menggunakan teknik heuristik.
4. Langkah selanjutnya, peneliti menarik simpulan berdasarkan interpretasi data yang peneliti lakukan.
5. Selanjutnya peneliti mengimplikasikan hasil penelitian ke dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tindak tutur pada iklan produk makanan cepat saji di televisi dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Tindak tutur pada iklan makanan cepat saji di televisi menggunakan tindak tutur langsung literal dan tindak tutur tidak langsung literal. Tidak ditemukan tindak tutur yang berupa tindak tutur langsung tidak literal dan tindak tutur tidak langsung tidak literal. Produsen makanan cepat saji berusaha menjelaskan se jelas-jelasnya mengenai produk-produk yang ditawarkan melalui tayangan iklan di televisi agar dapat menarik minat konsumen. Selain itu, iklan makanan cepat saji di televisi berfungsi untuk menarik konsumen dengan cara memberikan penawaran dengan melibatkan berbagai ekspresi perasaan serta informasi-informasi mengenai menu-menu yang ditawarkan. Implikatur dalam bahasa iklan produk makanan cepat saji di televisi diungkapkan dengan cara dan tujuan yang berbeda-beda sesuai dengan maksud dari tayangan iklan. Penggunaan implikatur dalam bahasa iklan makanan cepat saji, yaitu (1) mengungkapkan ekspresi sebagai implikatur dalam memperkenalkan produk, (2) menyatakan informasi sebagai implikatur dalam mengungkapkan kebanggaan, (3) mengungkapkan kekecewaan sebagai implikatur dalam menawarkan keunggulan produk, dan (4) mengungkapkan rasa bahagia sebagai implikatur dalam menginformasikan keunggulan produk

dengan berbagai fungsi komunikatif yang membungkus maksud tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa untuk menarik minat serta mempengaruhi konsumen, produsen membuat tayangan iklan dengan mengedepankan penawaran dan informasi mengenai produk makanan. Selain itu, produsen juga berusaha menanamkan rasa bangga konsumen dalam menikmati menu yang ditawarkan oleh produsen. Dari 81 tuturan yang diteliti, tindak tutur langsung literal yang ditemukan berjumlah 40 tuturan, sedangkan tindak tutur tidak langsung literal berjumlah 41 tuturan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam iklan makanan cepat saji di televisi tidak menggunakan tuturan yang tidak literal. Selain itu, berdasarkan jenis tindak ilokusnya, jenis tindak ilokusi atau maksud yang ditemukan dalam bahasa iklan makanan cepat saji di televisi secara berurutan dari jenis tindak ilokusi yang paling banyak, yaitu komisif berjumlah 28 tuturan (34,57%), ekspresif berjumlah 22 tuturan (27.16%), asertif berjumlah 18 tuturan (22,50%), direktif berjumlah 12 tuturan (14,81%), dan deklaratif 1 tuturan (1,23%).

2. Hasil penelitian ini dapat diimplikasikan sebagai salah satu sumber belajar dalam pembelajaran menyusun teks eksposisi pada siswa SMP kelas VIII (delapan) pada kompetensi dasar **4.2 Menyusun teks eksposisi sesuai dengan karakteristik teks yang akan dibuat baik secara lisan maupun tulisan**, dan kompetensi dasar **3.2 Membedakan teks eksposisi baik melalui lisan maupun tulisan**. Selain lebih mudah menemukan ide dan gagasan yang akan siswa kembangkan dalam teks eksposisi, melalui tayangan iklan siswa juga akan memperoleh gambaran cara yang dapat digunakan untuk

mengungkapkan argumen-argumen pendukung ide/ gagasan dalam teks eksposisi.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Bagi guru

Untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menulis teks eksposisi, guru perlu menggunakan sumber belajar selain buku-buku yang sudah ada. Salah satu alternatif sumber belajar yang dapat digunakan adalah iklan produk makanan cepat saji di televisi. Kesulitan yang dihadapi untuk menemukan ide atau gagasan penulisan teks eksposisi setidaknya akan dapat diatasi dengan berusaha meningkatkan pengetahuan dan wawasan siswa terhadap ide-ide unik yang tayang pada iklan produk makanan cepat saji di televisi. Namun, guru hendaknya dapat memilih dan memilah iklan-iklan yang tayang di televisi yang akan dijadikan sebagai sumber belajar agar tetap relevan dengan karakteristik siswa.

2. Bagi siswa

Siswa harus berupaya untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam memahami serta mengembangkan teks eksposisi. Salah satu cara yang dapat memberikan inspirasi ide siswa dalam mengembangkan teks eksposisi adalah melalui iklan yang tayang di televisi. Selain itu, aktivitas menyimak tayangan iklan yang dilakukan dapat melatih keterampilan berbahasanya pada aspek keterampilan menyimak.

3. Bagi peneliti lain

Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti bidang kajian yang sama, dapat melakukan kajian data dan sumber data lain agar hasil penelitian lebih bervariasi dan dapat memberikan sumbangan lebih banyak pada pembelajaran bahasa Indonesia dengan menggunakan Kurikulum 2013. Selain itu, peneliti lain dapat menggunakan analisis bahasa pada penelitian ini sebagai cara untuk dapat memahami bahasa secara utuh dan komunikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, Gillian dan George Yule. 1983. *Analisis Wacana*. Terjemahan I. Soetikno. 1996. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Chaer, Abdul. 2009. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- , 2003. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- , 2004. *Linguistik Umum*. Jakarta : PT.Rineka Cipta. Cahyono, Bambang.1995. *Kristal-kristal Ilmu Bahasa*. Surabaya: Airlangga.
- Cummings, Louise. 2007. *Pragmatik Sebuah Perspektif Multidisipliner*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Grice, H.P. 1975. "Logic and Conversation" *Syntax and Semantics, Speech Act*,3. New York: Academic Press.
- Keraf, Gorys. 1985. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- , 2004. *Komposisi*. Flores: Nusa Indah.
- Leech, Geoffrey. (1983). *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Terjemahan M. D. D. Oka.1993. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Levinson, S.C. (1983). *Pragmatics*. London: Cambridge University Press.
- Manaf, Ngusman Abdul, 2009. *Sintaksis: Teori dan Terapannya dalam Bahasa Indonesia*. Padang: Sukabina Press.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyasa, E.. 2009. *Kurikulum Yang Disempurnakan Pengembangan Standar Kompetensi dan Kompetensi Dasar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Muslich. 2007. *KTSP Pembelajaran Berbasis Kompetensi dan Kontekstual*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Pateda, Mansoer. 2010. *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Priyatni, Endah Tri. 2014. *Desain Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Kurikulum 2013*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rapp, Stan dan Tom Collins. 1995. *Maxi Marketing: Terobosan Baru dalam Strategi Promosi, Periklanan, dan Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Rusminto, Nurlaksana Eko. 2010. *Memahami Bahasa Anak-anak*. Bandarlampung: Universitas Lampung.
- Samsuri. 1987. *Analisi Bahasa*. Jakarta: Erlangga
- Sudaryat, Yayat. 2009. *Makna dalam Wacana*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sukardi. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Tarigan, Henry Guntur. 1990. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- , 2009. *Pengkajian Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Ullman, Stephen. 2014. *Pengantar Semantik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widjono HS. 2007. *Bahasa Indonesia: Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*. Jakarta: Grasindo.
- Wijana, Dewa Putu. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: ANDI.
- Yule, George. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.