

ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM IKLAN “SARI ROTI” DI TELEVISI

Veri Kurnia Sari

17144800031

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas PGRI Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan bentuk tindak tutur dalam iklan makanan Sari Roti di Televisi, dan (2) mendeskripsikan fungsi tindak tutur dalam iklan makanan Sari Roti di Televisi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Data-data dalam penelitian ini berupa dialog atau tuturan yang mengandung tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan Sari Roti di televisi yang dibentuk ke dalam bahasa tulis berupa naskah dialog. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan simak bebas libat cakap, dan catat. Analisis data yang digunakan yaitu metode padan pragmatis dengan teknik pemilihan unsur tertentu. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini yaitu dengan peningkatan ketekunan atau keajegan pengamatan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, simpulan penelitian ini mencakup yakni *pertama*, terdapat tindak tutur lokusi sebanyak 213 tuturan yang terdiri atas bentuk deklaratif sebanyak 189, bentuk interogatif sebanyak 15 tuturan, dan bentuk imperatif sebanyak 9 tuturan. *Kedua*, terdapat tindak tutur ilokusi sebanyak 198 tuturan yang terdiri atas bentuk asertif sebanyak 133 tuturan, bentuk direktif sebanyak 20 tuturan, bentuk ekspresif sebanyak 20 tuturan, dan bentuk komisif sebanyak 25 tuturan. *Ketiga*, terdapat tindak tutur perlokusi dengan fungsi mengurangi ketegangan 15 tuturan, menarik perhatian sebanyak 25 tuturan, meyakinkan sebanyak 48 tuturan, menganjurkan sebanyak 12 tuturan, dan membujuk sebanyak 7 tuturan.

Kata kunci: Tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi.

ABSTRACT

This study aims to (1) describe the form of speech acts in the Sari Roti food advertisement on television, and (2) describe the function of the speech act in the Sari Roti food advertisement on television.

This research is a descriptive qualitative research. The data in this study are in the form of dialogues or utterances containing locutionary, illocutionary, and perlocutionary speech acts. The source of the data used in this research is the Sari Roti advertisement on television which is formed into written language in the form of a dialogue script. The data collection technique in this study used listening, free involvement, conversation, and notes. The data analysis used is a pragmatic matching method with certain element selection techniques. Checking the validity of the data in this study is by increasing the persistence or constancy of observation.

Based on the results of the analysis, the conclusions of this study include: first, there are 213 locutionary speech acts consisting of 189 declarative forms, 15 interrogative forms, and 9 imperative forms. Second, there are 198 illocutionary speech acts consisting of 133 assertive forms, 20 directive forms, 20 expressive forms, and 25 commissive forms. Third, there are perlocutionary speech acts with the function of reducing tension in 15 utterances,

attracting attention as many as 25 utterances, convincing as many as 48 utterances, recommending as many as 12 utterances, and persuading as many as 7 utterances.

Keywords: locutionary, illocutionary, and perlocutionary speech acts.

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Bahasa memiliki fungsi sebagai alat komunikasi maka dari itu bahasa tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Perkembangan bahasa salah satunya dapat dilihat melalui media massa seperti sekarang ini. Salah satu pemakaian bahasa dalam kehidupan dapat ditemukan dalam berbagai kegiatan kehidupan, salah satunya dalam perdagangan khususnya penawaran barang yang sering disebut iklan. Media yang digunakan dalam penawaran iklan salah satunya adalah televisi. Televisi merupakan sarana penyampaian informasi yang banyak menyajikan beberapa program. Iklan adalah salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi dimana menggunakan bahasa sebagai sarana untuk mempromosikan barang atau jasa yang ingin ditawarkan kepada masyarakat umum. Iklan dipilih sebagai media yang sangat efektif dalam penyampaian informasi karena perkembangan media membuat iklan lebih bervariasi. Iklan berfungsi untuk lebih memperkenalkan sebuah produk agar dapat dikenal dan dicari oleh masyarakat. Hal ini terjadi karena iklan memiliki daya yang sangat luar biasa untuk mempengaruhi, sekaligus membentuk opini dan persepsi

masyarakat. Iklan disajikan di berbagai media massa, seperti media cetak dan elektronik.

Iklan merupakan berita untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Iklan sering ditawarkan melalui berbagai media massa, misalnya koran, majalah, radio, dan televisi. Salah satu iklan yang menarik adalah iklan produk makanan. Produk makanan yang terdapat di Indonesia saat ini sangat beragam namun produk makanan yang produktif dalam membuat tayangan iklan di televisi salah satunya adalah "Sari Roti" yang di produksi oleh PT Nippon Indosari Corpindo Tbk yang bergerak dibagian makanan.

Tindak tutur adalah kegiatan seseorang menggunakan bahasa kepada mitra tutur dalam rangka mengkomunikasikan sesuatu. Tindak tutur merupakan bentuk nyata dari kegiatan komunikasi. Dalam tindak tutur diharapkan adanya reaksi yang timbul dari ujaran yang diucapkan. Tuturan yang diucapkan harus memperhatikan situasi dan konteks tuturan. Istilah tindak tutur dikenal dalam ilmu pragmatik. Tindak tutur dibagi dalam tiga jenis, yaitu tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang makna tuturannya sesuai dengan tuturan penutur. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur melakukan sesuatu yang di dalamnya terkait fungsi dan

maksud lain dari tuturan. Tindak tutur perlokusi adalah tuturan yang dituturkan oleh penutur yang mempunyai pengaruh bagi mitra tuturnya.

RUMUSAN MASALAH

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah Analisis tindak tutur dalam iklan “Sari Roti” di televisi:

1. Apa saja jenis tindak tutur yang terdapat dalam iklan “Sari Roti” di televisi?
2. Apa saja fungsi tindak tutur yang terdapat dalam iklan “Sari Roti” di televisi?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan tindak tutur yang tercermin dalam iklan makanan “Sari Roti” di televisi.
2. Mendeskripsikan fungsi tindak tutur yang tercermin dalam iklan makanan “Sari Roti” di televisi.

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan praktis. Adapun uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Manfaat secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dalam bidang linguistik, khususnya ilmu pragmatik terutama pada bentuk tindak tutur dalam sebuah iklan di televisi .

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut.

- a. Bagi guru

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi pendidik mengenai tindak tutur dalam memilih bahan ajar. Memberikan alternatif strategi pembelajaran bahasa yang efektif untuk menumbuhkan minat peserta didik pada materi iklan dalam proses pembelajaran dan dapat membangkitkan minat siswa dalam kegiatan pembelajaran

terutama pada pembelajaran tindak tutur.

b. Bagi siswa

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas serta mempermudah peserta didik dalam memahami makna dari sebuah iklan.

c. Bagi sekolah

Terciptanya ide baru guna meningkatkan mutu pendidikan dalam pengembangan pola tindak tutur pada siswa dan guru. Diharapkan juga dapat memberikan kontribusi pada pembelajaran bahasa dan pemahaman bahasa di sekolah.

d. Bagi peneliti selanjutnya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan acuan bagi pelaksanaan penelitian-penelitian yang relevan di masa yang akan datang.

KAJIAN TEORI

1. Pengertian Tindak Tutur.

Suwito (dalam Putryasa, 2014:85) menyatakan bahwa tindak tutur merupakan gejala individu, bersifat psikologis, dan ditentukan oleh kemampuan bahasa penutur dalam berkomunikasi. Tindak tutur dititikberatkan kepada makna atau arti tindak, sedangkan peristiwa tutur lebih dititikberatkan pada tujuan peristiwanya. Dalam tindak tutur ini terjadi peristiwa tutur yang dilakukan penutur kepada mitra tutur dalam rangka menyampaikan komunikasi. Sumarsono (dalam Putrayasa, 2014:86), secara lebih sederhana tindak tutur dapat diartikan tindakan yang direalisasikan dengan tuturan ataupun sebaliknya, tuturan yang direalisasikan dengan tindakan.

2. Bentuk Tindak Tutur

Menurut Scearle (dalam Putrayasa, 2014:87) mengemukakan bahwa secara pragmatis setidaknya terdapat tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur, yakni tindak lokusi

(*locutionary act*), tindak ilokusi (*illocution act*), dan tindak perlokusi (*perlocutionary act*).

a. Tindak Tutar Lokusi

Gunarwan dalam Palupi (2015: 409) mengemukakan “Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang berfungsi untuk menyatakan sesuatu; tindak mengucapkan sesuatu dengan kata dan makna kalimat sesuai dengan makna kata itu di dalam kamus dan makna kalimat itu menurut kaidah sintaksisnya”. Austin (dalam Aliah 2014:85) bahwa tindak lokusi sebagai salah satu jenis tindak bahasa yang tidak disertai tanggung jawab bagi si penuturnya untuk melakukan tindakan tertentu. Isi tuturannya lebih umum sifatnya jika dibandingkan dengan jenis tindak bahasa yang lain. Dalam tindak lokusi seorang penutur mengatakan sesuatu secara pasti. Gaya bahasa si penutur langsung

dihubungkan dengan sesuatu yang diutamakan dalam isi tuturan si penutur.

b. Tindak Tutar Ilokusi.

Tindak ilokusi adalah tindak tutur yang selain berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu juga dipergunakan untuk melakukan sesuatu. Tindak ilokusi sangat sulit untuk diidentifikasi karena terlebih dahulu harus mempertimbangkan siapa penutur dan lawan tuturnya (Tarigan, 2015:33). Tindak ilokusi adalah tindak tutur yang selain berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu juga dipergunakan untuk melakukan sesuatu. Tindak ilokusi sangat sulit untuk diidentifikasi karena terlebih dahulu harus mempertimbangkan siapa penutur dan lawan tuturnya (Tarigan, 2015:33). Pada akhirnya tindak ilokusi adalah tanggung jawab si penutur untuk melakukan

suatu tindakan sehubungan dengan sesuatu yang diutarakannya.

c. Tindak tutur perlokusi.

Austin (dalam Aliah, 2014:87) mengemukakan bahwa mengatakan sesuatu sering menimbulkan pengaruh yang pasti terhadap perasaan, pikiran, dan perilaku si pendengar pernyataan itu. Perlokusi adalah efek atau daya pengaruh yang muncul ketika mendengar tuturan dari penutur. Makna yang terkandung dalam suatu ujaran sangat ditentukan oleh penafsiran dari mitra tutur tutur. Penafsiran yang dilakukan oleh mitra tutur berbeda antara yang satu dengan yang lainnya.

d. Iklan.

Kotler & Armstrong (2008:117), Iklan adalah segala bentuk presentasi, promosi, ide yang bersifat non pribadi terkait barang atau jasa dan memerlukan biaya yang terukur. Sedangkan

menurut Morissan (2010:18) iklan adalah satu instrumen promosi yang penting, terutama bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasanya untuk masyarakat luas. Iklan juga adalah hal yang banyak dibicarakan orang karena jangkauannya cukup luas. Daya tarik iklan tak akan ada artinya jika tidak dieksekusi, setelah daya tarik dijadikan dasar untuk penyampaian pesan iklan maka tim kreatif dapat mulai mengeksekusi kreatifnya. Dalam Morissan (2010:351) disebutkan bahwa eksekusi kreatif adalah cara bagaimana suatu daya tarik iklan disajikan. Iklan yang memiliki daya tarik dan memiliki pesan bermakna merupakan hal yang jelas penting, akan tetapi cara bagaimana mengeksekusi kreatif iklan juga tak kalah pentingnya. Media massa merupakan sarana untuk memberitahukan suatu pesan

iklan kepada orang-orang tertentu. Televisi merupakan salah satu media yang menyiarkan periklanan. Hal ini disesuaikan pada pendapat Atmadi (1985:183) bahwa “pesan iklan dapat disebarluaskan melalui berbagai media yang meliputi radio, televisi, bioskop, surat kabar, majalah, papan-papan iklan, pos langsung, selebaran, pengantar penawaran, dan alat peraga”. Keuntungan utama periklanan lewat televisi adalah kemampuan dalam membangun citra. Dengan demikian iklan dalam acara televisi bermaksud memperkenalkan suatu produk, jasa atau himbauan untuk menarik perhatian pemirsa agar bertindak sesuai dengan kehendak penyampai pesan

METODE PENELITIAN

A. Latar Penelitian

Metode penelitian digunakan untuk menganalisis bentuk tindak tutur dalam iklan “sari Roti” di televisi.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hal ini mengingat data-data hasil temuan berupa kata-kata tanpa menggunakan teknik statistik atau angka-angka.

B. Cara Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mengubah iklan berupa video yang diunduh melalui youtube kemudian di transkrip menjadi tulisan, selanjutnya peneliti meneliti dengan seksama sampai peneliti menemukan kata-kata yang berkaitan dengan bentuk tindak tutur yang terdapat pada iklan “sari roti” di televisi. Data-data hasil penelitian ini akan dideskripsikan secara faktual tanpa menggunakan teknik statistik atau angka-angka. Hal ini sejalan dengan pendapat Moleong (2007: 10) bahwa data yang dikumpulkan dalam metode kualitatif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.

C. Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini berupa tindak tutur dalam iklan “sari roti” di televisi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan makanan “sari roti” di televisi yang terdapat banyak bentuk tindak tutur dengan iklan edisi Agustus 2016- November 2021.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak (pengamatan atau observasi). Teknik selanjutnya adalah teknik simak bebas libat cakap, dan catat. Teknik simak bebas libat cakap adalah peneliti tidak bertindak sebagai pembicara yang berhadapan dengan mitra tuturnya dan hanya sebagai pendengar yang perlu memperhatikan apa yang dikatakan oleh petutur, lalu tahap selanjutnya, yaitu teknik rekam yang dilakukan pada saat proses tuturan yang sedang terjadi. Selain metode simak dengan teknik sadap, Mahsun (2013:93) juga menambahkan salah satu teknik yakni teknik simak bebas libat cakap. Artinya, si peneliti hanya berperan sebagai pengamat penggunaan bahasa oleh para informannya. Metode ini dilakukan dengan cara membaca dan memahami iklan “sari roti”.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengolah, memisahkan, mengelompokkan, dan memadukan sejumlah data yang dikumpulkan di lapangan secara empiris menjadi sebuah kumpulan informasi ilmiah yang terstruktur dan sistematis yang selanjutnya siap dikemas menjadi

laporan hasil penelitian (Mukhtar, 2013: 120). Berdasarkan teknik analisis data yang digunakan, maka data dianalisis secara kualitatif deskriptif, adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menelaah seluruh data yang diperoleh berupa tindak tutur dalam iklan sari roti di televisi.
2. Mengidentifikasi semua data yang termasuk jenis tindak tutur dalam iklan sari roti di televisi.
3. Mengelompokkan jenis tindak tutur yang terdapat dalam iklan sari roti di televisi.
4. Menganalisis jenis dan fungsi tindak tutur dalam iklan sari roti di televisi.
5. Mereduksi jenis dan fungsi tindak tutur yang terdapat dalam iklan sari roti di televisi.
6. Menyimpulkan jenis dan fungsi tindak tutur yang terdapat dalam iklan sari roti di televisi.

F. Pemeriksaan Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan keabsahan data berupa peningkatan ketekunan. Pengamatan ketekunan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara ini untuk memudahkan mendapatkan data.

Peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang sudah ditemukan itu salah atau tidak dengan meningkatkan ketekunan.

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

1. Tindak Tutur Lokusi

Gunarwan dalam Palupi (2015: 409) mengemukakan “Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang berfungsi untuk menyatakan sesuatu; tindak mengucapkan sesuatu dengan kata dan makna kalimat sesuai dengan makna kata itu di dalam kamus dan makna kalimat itu menurut kaidah sintaksisnya”.

- Menginformasikan = **“Mamaku bisa bikin puding roti tawar saus gula merah pake sari roti yang ini nih!”** (Sari Roti, 044/8/00:03)
- Bertanya = **“Roti apa Yang Lembut?”** (Sari Roti, 084/14/00:05)
- Memerintah = Siapkan sari roti tawar, *choco chips*, strawberi, *whipped cream* bubuk (**kocok hingga menjadi *whipped cream***), selai strawberi dan *cream cheese*. (Sari Roti, 038/6/00:07)

2. Tindak Tutur Ilokusi.

Nadar (dalam Putrayasa, 2014:87) tindak ilokusi adalah apa yang ingin dicapai penuturnya pada waktu menuturkan sesuatu dan dapat merupakan tindakan menyatakan, berjanji, meminta maaf, mengancam, meramalkan, memerintah, meminta, dan lain sebagainya. Tindak ilokusi ini dapat dikatakan sebagai tindak terpenting dalam kajian dan pemahaman tindak tutur.

a. Asertif

- Menyatakan = **“Teman-teman PT. Indosari Corpindo Tbk adalah perusahaan roti terbesar di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1995”**. (Sari Roti, 106/17/00:41)
- Membual = **“tapi 15 menit saja ya bu, bukan 15 jam”** (sambil tersenyum). (Sari Roti, 020/3/01:46)
- Melapor = **“Pada setiap kemasan sari roti dicantumkan kode pembuatan, lokasi pabrik dan tanggal kedaluarsa....”**(Sari Roti, 122/17/02:56)

b. Direktif

- Memerintah =
“...Tambahkan pula susu coklat kedalamnya masak dengan api kecil. **Aduk perlahan, tambahkan potongan coklat lalu aduk terus hingga mendidih....**” (Sari Roti, 035/5/00:30)
- Menasihati = **“Laper? Macet? Sari roti aja bro! Eeumm Enak...”** (Sari Roti, 158/20/00:17)

c. Ekspresif

- Mengucapkan terima kasih = **“Terima kasih roti!”** (Sari Roti, 142/17/06:30)
- Memuji = **“Waaah...Enak”** (terkejut ketahuan bersembunyi saat makan) (Sari Roti, 093/15/00:02)
- Mengucapkan salam = **“Selamat pagi Indonesia”** (Sari Roti, 165/21/00:41)

d. Komisif

- Menjanjikan = **“ Roti sari roti dijamin halal karena sari roti memastikan semua bahan baku dan seluruh proses pembuatannya memenuhi persyaratan halal”** (Sari Roti, 110/17/00:43)
- Menawarkan = **“Gak semua hal seru gue ceritain disini. Better, kamu coba aja**

sendiri” (Sari Roti, 212/25/01:46)

3. Tindak Tutar Perlokusi.

Austin (dalam Aliah, 2014:87) mengemukakan bahwa mengatakan sesuatu sering menimbulkan pengaruh yang pasti terhadap perasaan, pikiran, dan perilaku si pendengar pernyataan itu. Implikasi tindak mengatakan sesuatu atau tindak lokusi terhadap si pendengarnya inilah yang disebut sebagai tindak perlokusi itu. Kata kerja yang biasa digunakan sebagai tanda tindak perlokusi itu, misalnya, membimbing, membujuk, meyakinkan, menipu, memperdayakan, menganjurkan, membesarkan hati, menjengkelkan, mengganggu, mengurangi ketegangan, menarik perhatian (Rohmadi, 2010:105)

- Mengurangi ketegangan = **“Sekarang gak perlu repot lagi siapkan menu buka**

puasa, karena dengan sari roti kita bisa berkreasi sebebaskan yang kita inginkan”

(Sari Roti, 031/4/01:49)

- Menarik perhatian = **“Agar pembeli bisa menikmati roti sari roti yang fresh, empuk, lezat dan bergizi!”**

(Sari Roti, 127/17/04:00)

- Meyakinkan = **“Setelah proses pemanggangan roti akan didinginkan pada *cooling tower*. Proses yang disebut *cooling* atau pendinginan ini bertujuan untuk menguapkan kandungan air dari dalam roti agar kemasan roti tidak berembun saat dikemas dan mencegah roti agar tidak cepat berjamur”**. (Ebener, 2017: 11)

- Mengajukan = **“Sari roti, roti sari roti!”** (Sari Roti, 073/11/00:51)

- Membujuk = **“Dimanapun, kapanpun, siapapun...”**

(Sari Roti, 006/1/01:42)

PEMBAHASA

A. tindak tutur lokusi

Berikut ini adalah contoh kalimat yang mengandung bentuk tindak tutur jenis deklaratif dengan fungsi menginformasikan dalam iklan “Sari Roti” di televisi :

- **“Mamaku bisa bikin pudding roti tawar saus gula merah pake sari roti yang ini nih!”** (Sari Roti, 044/8/00:03)

Ditemukan kalimat yang mengandung kata menginformasikan, yaitu dari tuturan (044) merupakan tuturan antara beby kepada penonton. Tuturan (044) yang disampaikan oleh mitra tutur, isi tuturan tersebut menginformasikan makanan pudding buatan ibunya dan tidak memiliki tendensi apa-apa selain memberikan informasi kepada penutur.

- Bertanya = **“Roti apa Yang Lembut?”** (Sari Roti, 084/14/00:05)

Penutur menggunakan kata tanya ‘apa’ dan menggunakan intonasi tinggi diakhir kalimat. Fungsi

kalimat tanya tersebut untuk menginformasikan lebih lanjut mengenai makanan apa yang disukai, dalam konteksnya sebagai mitra tutur yang kemudian sangat menggemari sari roti.

- Memerintah = Siapkan sari roti tawar, *choco chips*, strawberi, *whipped cream* bubuk (**kocok hingga menjadi *whipped cream***), selai strawberi dan *cream cheese*. (Sari Roti, 038/6/00:07)

Tuturan (038) merupakan bentuk imperatif ditandai dengan kata “Siapkan sari roti tawar, *choco chips*, strawberi, *whipped cream* bubuk (**kocok hingga menjadi *whipped cream***), selai strawberi dan *cream cheese*” Kata ‘...**kocok hingga menjadi *whipped cream*..**’ disini sebagai kata perintah yang menunjukkan bahwa penutur secara tidak langsung menginginkan mitra tutur untuk mengocok *whipped cream* bubuk tersebut menjadi *whipped cream*.

B. Tindak Tutur Ilokusi

a. Asertif

- Menyatakan = “**Teman-teman PT. Indosari Corpindo Tbk adalah perusahaan roti terbesar di Indonesia yang**

berdiri sejak tahun 1995”.

(Sari Roti, 106/17/00:41)

Tuturan ilokusi asertif dengan fungsi menyatakan tersebut adalah mitra tutur menyatakan mengenai pabrik sari roti merupakan pabrik terbesar yang sudah berdiri sejak tahun 1995. Oleh karena itu, tuturan (106) termasuk dalam **ilokusi** bentuk asertif dengan fungsi menyatakan karena di dalam tuturan tersebut berisi tuturan pernyataan yang mengandung kebenaran bahwa penutur adalah narrator.

- Membual = “**tapi 15 menit saja ya bu, bukan 15 jam**” (sambil tersenyum). (Sari Roti, 020/3/01:46)

Tuturan (020) disebut bentuk **ilokusi** dengan fungsi membual, karena pada kenyataannya membuat menu berbuka puasa tidak selalu gampang sehingga mitra tutur beranggapan lain dengan yang disampaikan mitra tutur kepada penutur.

- Melapor = **“Pada setiap kemasan sari roti dicantumkan kode pembuatan, lokasi pabrik dan tanggal kedaluarsa....”**(Sari Roti, 122/17/02:56)

narator melaporkan bahwa semua pengemasan produk sari roti selalu mencantumkan identitas perusahaan, tanggal pembuatan dan tanggal kedaluarsa disetiap kemasan, agar setiap pembeli mengetahuinya.

b. Direktif

- Memerintah =
“....Tambahkan pula susu coklat kedalamnya masak dengan api kecil. **Aduk perlahan, tambahkan potongan coklat lalu aduk terus hingga mendidih....**” (Sari Roti, 035/5/00:30)

Penutur dalam hal ini narator sedang menjelaskan mengenai cara atau langkah-langkah pembuatan brownie pudding secara terperinci kepada penonton. Tuturan

‘aduk perlahan’ dan *‘tambah potongan coklat..’* pada tuturan (035) bermaksud untuk mempengaruhi mitra tutur supaya menghasilkan adonan coklat yang sempurna.

- Menasihati = **“Laper? Macet? Sari roti aja bro! Eumm Enak...”** (Sari Roti, 158/20/00:17)

tuturan yang disampaikan oleh arman maulana sebagai bentuk pembuka iklan dari perbincangannya dengan rekannya yang sedang berada di dalam mobil. Arman maulana menyampaikan bahwa makanan sari roti ini dapat membuat suasana nyaman ditengah kemacetan yang akan menjadikan suasana

didalam mobil kembali normal. Tuturan “*Sari roti aja bro..*” yang disampaikan arman maulana kepada rekannya.

c. Ekspresif

- Mengucapkan terima kasih = “**Terima kasih roti!**” (Sari Roti, 142/17/06:30)
Ungkapan terima kasih disampaikan oleh sekelompok anak-anak kepada PT. Indosari Corpindo Tbk karena sudah memproduksi dan mengajak secara langsung proses pembuatan sari roti.
- Memuji = “**Wah...Enak**” (terkejut ketahuan bersembunyi saat makan) (Sari Roti, 093/15/00:02)
Tuturan yang disampaikan anak-anak ini memiliki dua maksud yang pertama sebagai bentuk lokusi deklaratif dan yang kedua sebagai bentuk ilokusi

ekspresif dengan fungsi memuji. Pujian tersebut disampaikan oleh anak ini kepada mitra tutur dalam hal ini pemirsa bahwa sari roti ini enak.

- Mengucapkan salam = “**Selamat pagi Indonesia**” (Sari Roti, 165/21/00:41)
Konteks tuturan (165) terjadi ketika narator sedang membuka iklan. Tuturan “*Selamat pagi Indonesia*” selain mempunyai fungsi menginformasikan sebagai bentuk lokusi deklaratif, juga memiliki fungsi memberikan salam sebagai bentuk ilokusi ekspresif.

d. Komisif

- Menjanjikan = “**Roti sari roti dijamin halal karena sari roti memastikan semua bahan baku dan seluruh proses pembuatannya memenuhi persyaratan halal**” (Sari Roti, 110/17/00:43)
Tuturan (110) yang diungkapkan oleh narator mengandung sebuah janji jika sari roti yang beredar sudah memenuhi standar halal dan

higinic sehingga aman dikonsumsi oleh semua orang.

- Menawarkan = **“Gak semua hal seru gue ceritain disini. Better, kamu coba aja sendiri”** (Sari Roti, 212/25/01:46)

Tuturan menawarkan yang disampaikan oleh penutur ditandai dengan kalimat *“Gak semua hal seru gue ceritain disini. Better, kamu coba aja sendiri”*. Penutur bermaksud menawarkan kepada pemirsa untuk bergabung menjadi salah satu karyawan di PT. Indosari Corporation Tbk untuk mencari lebih banyak lagi keuntungan atau pun pengalaman.

C. Tindak Tutur Perlokusi.

Berikut data tuturan yang mengandung tindak tutur perlokusi dengan fungsi mengurangi ketegangan, menarik perhatian, meyakinkan, menganjurkan serta membujuk :

- Mengurangi ketegangan = **“Sekarang gak perlu repot lagi siapkan menu buka puasa, karena dengan sari roti kita bisa berkreasi sebebaskan yang kita inginkan”** (Sari Roti, 031/4/01:49)

Konteks dari tuturan (031) yaitu narator (penutur) berusaha mengurangi ketegangan dengan berdialog santai pada pemirsa (mitra tutur) terlihat pada tuturan *“sekarang gak perlu repot lagi siapkan menu buka puasa...”*. Selain mengandung lokusi deklaratif, lokusi direktif, tuturan (031) juga mengandung perlokusi dengan tujuan mengurangi ketegangan.

- Menarik perhatian = **“Agar pembeli bisa menikmati roti sari roti yang fresh, empuk, lezat dan bergizi!”** (Sari Roti, 127/17/04:00)

Tuturan (127) terjadi di tengah-tengah iklan ketika narator (penutur) sedang menjelaskan kepada penonton (mitra tutur) menarik perhatian bahwa agar pembeli dapat

menikmati sari roti yang enak. Selain mengandung lokusi deklaratif, tuturan (127) juga mengandung maksud perlokusi menarik perhatian. Tuturan menarik perhatian ini bisa dilihat dalam wujud tuturan *Agar pembeli bisa menikmati roti sari roti yang fresh, empuk, lezat dan bergizi!*”.

- Meyakinkan = “Setelah proses pemanggangan roti akan didinginkan pada *cooling tower*. **Proses yang disebut *cooling* atau pendinginan ini bertujuan untuk menguapkan kandungan air dari dalam roti agar kemasan roti tidak berembun saat dikemas dan mencegah roti agar tidak cepat berjamur**”. (Sari Roti, 193/24/05:23)

Tuturan meyakinkan yang disampaikan penutur terlihat dalam wujud tuturan “*agar kemasan roti tidak berembun saat dikemas*” dan “*mencegah roti agar tidak cepat berjamur*”.

- Menganjurkan = “**Sari roti, roti sari roti!**” (Sari Roti, 073/11/00:51)

Tuturan tersebut terjadi di awal scene iklan pada sampel iklan ke-18. . Tuturan (073) memiliki dua maksud yaitu sebagai ilokusi bentuk komisif dengan fungsi menawarkan dan perlokusi dengan fungsi menganjurkan.

- Membujuk = “**Dimanapun, kapanpun, siapapun...**” (Sari Roti, 006/1/01:42)

Konteks dari tuturan (006) yaitu dialog narator (penutur) kemudian mengajak penonton (mitra tutur) untuk menikmati sari

roti dalam keadaan apapun. Tuturan (006) selain mengandung ilokusi bentuk asertif dengan fungsi menyatakan, dan perlokusi dengan maksud membujuk. Penutur ingin memberikan efek kepada penonton secara tidak langsung mengkonsumsi sari roti.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Jenis tindak tutur yang ditemukan yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi dan tindak tutur perlokusi. Bentuk tindak tutur lokusi ditemukan sebanyak 213 tuturan. Bentuk tindak tutur ilokusi ditemukan sebanyak 198 tuturan. Dan, bentuk tindak tutur perlokusi ditemukan sebanyak 107 tuturan.
2. Fungsi tindak tutur dalam iklan “Sari Roti” di televisi sebagai berikut ;
 - a. Bentuk tindak tutur lokusi yaitu lokusi bentuk deklaratif dengan **fungsi menginformasikan** sebanyak 189 tuturan, bentuk interogatif dengan **fungsi bertanya** sebanyak 15 tuturan, dan bentuk imperatif dengan **fungsi memerintahkan** sebanyak 9 tuturan.
 - b. Bentuk tindak tutur ilokusi dalam iklan sari roti yaitu ilokusi bentuk asertif dengan **fungsi menyatakan** sebanyak 120 tuturan, **fungsi melapor** sebanyak 10 tuturan, **fungsi membual** sebanyak 3 tuturan, bentuk komisif dengan **fungsi menawarkan** sebanyak

16 tuturan, dan **fungsi menjanjikan** sebanyak 9 tuturan, bentuk ekspresif dengan **fungsi memuji** sebanyak 13 tuturan, **fungsi mengucapkan salam** sebanyak 5 tuturan, dan **fungsi mengucapkan terima kasih** 2 tuturan, bentuk direktif dengan **fungsi memerintah** sebanyak 12 tuturan dan **fungsi menasehati** sebanyak 8 tuturan.

- c. Bentuk tindak tutur perlokusi dengan **fungsi menarik perhatian** sebanyak 25 tuturan, **fungsi menguragi ketegangan** sebanyak 15 tuturan, **fungsi menganjurkan** sebanyak 12 tuturan,

dan **fungsi membujuk** sebanyak 7 tuturan.

B. Saran

Berdasarkan paparan di atas, ada beberapa saran diantaranya:

1. Peneliti berharap penelitian ini hendaknya dapat ditindaklanjuti dan disempurnakan oleh peneliti selanjutnya. Dalam penelitian ini penulis hanya membahas iklan sari roti dari teori tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi saja. Peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti dan menggunakan iklan sari roti, masih banyak aspek-aspek lain yang bisa diteliti terutama pada bidang linguistik.

Daftar Pustaka

- Aliah, Yoce. (2014) Analisis Wacana Kritis dalam Multiperspektif. Bandung: PT Refika Aditama.
- Aris chennel. (12 April 2020) Sari Roti Production Process (<https://www.youtube.com/watch?v=cAx6OITehP0>) diunduh tanggal 10 juli 2021.

- Jeffkins, Freank. Periklanan. (2003). Jakarta: Erlangga.
- Mahsun. (2012) *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. A. (2010). Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta Selatan: Referensi (GP Press Group).
- Olivia W. (25 Juni 2012) Company Profile Sari Roti (<https://www.youtube.com/watch?v=cpwMIsEpIwM>) diunduh tanggal 10 Juli 2021
- Putrayasa, Ida Bagus. (2014). *Pragmatik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sari roti rotinya indonesia. (13 juni 2021). Roti abon bakar special (<https://www.youtube.com/watch?v=SME9xdCxi0A>) diunduh tanggal 10 juli 2021
- Sari Roti Rotinya Indonesia. (13 Juni 2021). Bread Puding Special (<https://www.youtube.com/watch?v=pXkl5D7a314>) diunduh tanggal 10 Juli 2021
- Sari Roti Rotinya Indonesia. (15 Maret 2021) Brownie Pudding (<https://www.youtube.com/watch?v=CSi3RJRJ-5c>) diunduh tanggal 10 Juli 2021
- Sari Roti Rotinya Indonesia. (15 November 2015). Sari Roti~Rotinya Indonesia (<https://www.youtube.com/watch?v=cG5nxM4Pzeg>) diunduh tanggal 10 Juli 2021
- Sari Roti Rotinya Indonesia. (16 Maret 2021). Cheese-Choco Love (<https://www.youtube.com/watch?>

[v=kBoV93ZHDoY](https://www.youtube.com/watch?v=kBoV93ZHDoY)
tanggal 10 Juli 2021

diunduh