

# ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI IKLAN PERDAGANGAN DI RADIO HARAU FM PAYAKUMBUH PERIODE PEBRUARI-APRIL 2016

Hasmi Novianti

STKIP Ahlusunnah Bukittinggi

Naskah diterima: 6 Oktober 2017; direvisi: 24 Oktober 2017; disetujui: 20 November 2017

## ABSTRACT

*Using advertising as a persusif medium is a relative effective way to convey informations. Tells reader how ads or advertisement of speech may also affect consumer, this making consumer interested in buying the products offered. This study aimed to describe the type-the type of speech act ilukusi ads Harau FM radio trade in the period Februari-April 2015. This is a type of qualitative research by using descriptive method. Method and techniques of data colletions is done by methode refer. Research listened then record trade advertising in Harau FM radio. Intrument is the researcher's own research and assisted with phone or mobile phone to record a trade ad in Harau FM radio. Methods and techniques of data analysis is by using unified method, this method uses aggregated pragmatic power engineering. Analyzing is done through a procedure, thorough the tabulation, the table used adjusted to focus research problem, deepening used to obtain a more focused overview accordance with the problem. Based on analysis of data 21 utterances ads are ads Harau trade in FM radio. Assertive illocutionary speech acts found in 21 data consists of 10 acts assertive told, 10 acts assertive asserted, and the fist follow-assertive suspect. From 13 directive speech acts. Found 5 acts directive shout , 6 follow the directive requested, and two follow-directive forbids. From 17 commissive speech act, found 9 acts commissive propose, and 8 follow commisive offer, and 1 follow-commissive promised. From 8 declarative speech act. Found 1 acts declarative decided, and 3 follow declarative sentense. From 8 speech acts expressive, expressive acts complained discovered 2, 3 acts of expressive angry, 3 actsadvertising trade FM radio Harau the period February-April 2015 more predominant use of assertive illocutionary speech act.*

**Keywords :** *Ilokution, Radio, Advertisement*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis-jenis tindak tutur ilokusi iklan perdagangan di radio Harau FM periode Pebruari-April 2015. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Metode dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode simak. Peneliti menyimak kemudian merekam iklan perdagangan yang ada di radio Harau FM. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri dan dibantu dengan *hp* atau *handphone* untuk merekam iklan perdagangan di radio Harau FM. Metode dan teknik analisis data adalah dengan menggunakan metode padan. Metode ini menggunakan teknik daya pilah pragmatis. Penganalisan dilakukan melalui prosedur: melalui tabulasi, tabel yang digunakan disesuaikan dengan fokus permasalahan penelitian, pendalaman digunakan untuk memperoleh gambaran lebih terfokus sesuai dengan permasalahan (analisis data) dan menyimpulkan. Berdasarkan hasil analisis data terdapat 21 tuturan iklan yang merupakan iklan perdagangan di radio Harau FM. Tindak tutur

ilokusi asertif ditemukan pada 21 data terdiri dari 10 tindak asertif memberitahu, 10 tindak asertif menegaskan, dan 1 tindak asertif menduga. Dari 13 tindak tutur direktif, ditemukan 5 tindak direktif menyuruh, 6 tindak direktif meminta, dan 2 tindak direktif melarang. Dari 17 tindak tutur komisif, ditemukan 9 tindak komisif mengusulkan, 8 tindak komisif menawarkan, dan 1 tindak tutur komisif berjanji. Dari 4 tindak tutur deklaratif, ditemukan 1 tindak deklaratif memutuskan, dan 3 tindak deklaratif menvonis. Dari 8 tindak tutur ekpresif, ditemukan 2 tindak ekpresif mengeluh, 3 tindak ekpresif marah, 3 tindak ekpresif terkejut dan 1 tindak ekpresif merasa bersalah. Dapat disimpulkan bahwa iklan perdagangan radio Harau FM periode Pebruari-April 2015 lebih dominan menggunakan tindak tutur ilokusi asertif. Menggunakan iklan sebagai media persuasif merupakan suatu cara yang relatif efektif untuk menyampaikan informasi. Cara bertutur pembaca iklan atau tuturan iklan juga dapat mempengaruhi konsumen, sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

**Kata Kunci :** Ilokusi, radio, iklan

## PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan saat berkomunikasi berlangsung ada beberapa hal yang harus ada dan memiliki peranan penting, yaitu penutur, mitra tutur, topik, tempat, dan situasi tutur. Tanpa adanya bahasa, orang akan kesulitan dalam menyampaikan dan menerima maksud oleh manusia. Sebagai alat komunikasi bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Pada serta tujuan yang hendak disampaikan. Setiap masyarakat dipastikan memiliki dan menggunakan alat komunikasi untuk mengungkapkan perasaan, pendapat, keinginan, dan harapan.

Dunia periklanan saat ini sudah berkembang pesat seiring dengan berkembangnya dunia teknologi dan kemajuan dalam bidang ekonomi, perkembangan dunia iklan banyak didukung oleh media media cetak seperti koran, tabloid, dan majalah maupun media eletronik seperti internet, televisi dan radio. Iklan radio merupakan salah satu wujud komunikasi lisan yang disampaikan seseorang pada khalayak ramai dengan tujuan untuk menarik perhatian pendengar terhadap barang atau jasa yang mereka tawarkan. Secara umum iklan berwujud penyajian informasi nonpersonal tentang suatu produk, merek, perusahaan atau toko yang dijalankan dengan kompensasi biaya

tertentu. Dengan demikian iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan.

Salah satu bentuk komunikasi dalam kehidupan bermasyarakat yang menggunakan bahasa yaitu iklan. Iklan selalu hidup dalam kehidupan. Tanpa kegiatan promosi sebuah barang atau jasa yang ditawarkan, tidak dapat dikenal oleh masyarakat luas. Strategi komunikasi dan keberhasilan iklan merupakan kegiatan promosi barang atau jasa melalui media yang mudah diterima oleh para konsumen dan menjadikan nilai produk yang tinggi.

Iklan radio berbeda dengan televisi, walaupun kedua sama-sama berwujud komunikasi lisan. Pada iklan radio tidak terdapat efek visual namun yang ditemukan efek audio visual. Penggunaan bahasa dalam iklan radio memiliki ciri khas agar diperhatikan, diingat dan mudah dimengerti oleh pendengarnya. Penggunaan bahasa dalam iklan yang dimaksud adalah intonasi, gaya bicara (bersemangat, berteriak-teriak, merendahkan suara, dll), dan misalnya juga penggunaan bahasa gaul dalam program acara anak muda. Sesuai dengan tujuan iklan, yaitu membujuk masyarakat.

Menurut Syahrul (2008:31) tindak tutur adalah suatu unit terkecil aktivitas berbicara yang dapat dikatakan memiliki

fungsi. Dalam berbicara ada fungsi tersendiri yang tercipta, karna seseorang berbicara tentu memiliki tujuan. Berbicara terhadap teman sebaya dengan tujuan mendapatkan informasi tentang pelajarannya atau berbicara dengan orang tua dengan tujuan menerima nasehat.

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

Berdasarkan uraian di atas, maka tindak tutur penting untuk dilakukan, penelitian tindak tutur ilokusi yang terdapat di daerah Payakumbuh. Pentingnya masalah ini diteliti karena sampai saat ini belum ada penelitian yang serupa di daerah Payakumbuh. Disamping itu penulis berharap kiranya melalui penelitian ini, tindak tutur ilokusi tersebut dapat dipahami oleh generasi muda khususnya di daerah Payakumbuh. melakukan penelitian terhadap iklan di salah satu radio di Kota Payakumbuh.

Sehubungan dengan penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis-jenis tindak tutur ilokusi., asertif, direktif, komisif, deklaratif dan ekspresif iklan perdagangan yang ditawarkan di radio Harau FM Payakumbuh periode Februari—April 2016.

Sehubungan dengan permasalahan penelitian ini, Leech (dalam Rahardi, 2005:65) menyatakan pragmatik adalah telaah mengenai makna tuturan, mengenai makna yang terikat konteks. Pragmatik berhubungan erat dengan hubungan tanda-tanda dengan para penafsir yang menelaah keseluruhan perilaku insan dan hubungan antar bahasa, makna bahasa itu dengan konteks secara tepat. Segala aspek makna bahasa dikaitkan dengan konteks si

pemakai bahasa, penutur dan mitra lawan tutur atau yang terlibat dalam pembicaraan, tempat pembicaraan atau tuturan itu terjadi dan isi dari tuturan itu.

J.D Parera (2004:264) berpendapat bahwa tindak tutur merupakan ujaran lisan atau rentang perbincangan yang didahului dan diakhiri dengan kesenyapan pada pihak pembicara. Dengan tindak ujar seseorang dapat mengutarakan dan menyatakan pernyataan ingin mengatakan sesuatu hal dengan intonasi khusus. Jadi sebuah tutur merupakan interaksi antara para pembicara dalam satu waktu atau kesempatan tertentu.

Gunarwan (dalam Chaer 2010:29) tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang mengandung maksud dan fungsi atau daya ujar. Beberapa verbal yang menandai tindak tutur ilokusi, yakni, mengucapkan selamat, bertanya, menyarankan, berterima kasih, mengusulkan, mengakui, berjanji, mendesak, dan sebagainya.

Menurut Austin (Tarigan, 2009:41) bentuk tindak tutur ilokusi ada lima, yaitu (a) deklarasif, (b) direktif, (c) komisif, (d) ekspresif, (e) deklaratif. Bentuk tindak tutur ilokusi ini berhubungan erat dengan perbuatan yang dilakukan dari makna ucapan yang diucapkan penutur. Contohnya: “Ada binatang buas”, tuturan ini dimaksudkan agar berhati-hati.

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:43) tindak asertif melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikan, misalnya menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, menuntut, melaporkan. Ilokusi asertif cenderung bersifat netral dari segi kesopansantunan, dengan demikian ada beberapa pengecualian, misalnya membanggakan, menyombongkan, yang pada umumnya dianggap tidak sopan secara semantis, asertif, bersifat proposional.

Menurut Leech (dalam Tarigan, 2009: 46) tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dimaksud penuturnya agar mitra tutur melakukan tindakan sesuai apa yang disebutkan di dalam tuturannya. Yang

termasuk tidak tutur jenis ini adalah tuturan meminta, mengajak, memaksa, menyarankan, mendesak, menyuruh, menagih, memerintah, memohon, menentang, memberi aba-aba. Contohnya: “Bantu aku memperbaiki tugas ini”. Tuturan ini dimaksudkan agar penuturnya melakukan tindakan sesuai yang disebutkan penuturnya.

Menurut Austin (dalam Rahadi, 2005:58) tindak tutur komisif adalah tindak tutur penutur sedikit banyak terikat pada suatu tindakan di masa depan. Misalnya: menjanjikan, menawarkan. Jenis ilokusi ini cenderung berfungsi menyenangkan dan kurang bersifat kompetitif karena tidak mengacu pada kepentingan penutur tetapi pada kepentingan petutur

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:43) tindak tutur ekspresif mempunyai fungsi untuk mengekspresikan, mengungkapkan, atau membela lawan tutur (seperti menyucapkan selamat, memberi maaf dan mengecam). Sikap psikologis sang pembicara menuju suatu pertanyaan keadaan yang yang diperkirakan oleh ilokusinya: misalnya mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat, memuji, dan menyatakan belasungkawa.

## METODE

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan metode deskriptif. Sesuai dengan pendapatnya Bodgan dan Taylor (dalam Gunawan, 2013:82) penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). Objek penelitian ini adalah iklan perdagangan Radio *Harau FM*. Radio ini beralamat di Jl. Pahlawan No 38 B. Sawah Padang Kota Payakumbuh. Penulis akan meneliti tentang penggunaan tindak tutur ilokusi iklan perdagangan di radio *Harau FM* Payakumbuh periode Februari – April 2014. Radio *harau FM* ini berdiri pada tahun 2008 yang didirikan oleh Bapak Yuzermin dengan manajemen Megantara.

Megantara ini memiliki tiga radio, yaitu radio *Jam Gadang FM* yang berlokasi di Bukittinggi, radio *Harau FM* yang berada di Tanjung Pati Kabupaten Lima Puluh Kota dan radio *Tyara FM* yang berlokasi di Sawah Padang Kota Payakumbuh. Radio *Harau FM* ini memiliki tujuh orang penyiar, dalam pemilihan penyiar ini dilakukan dengan penyeleksian dengan beberapa tes dan bertahap. Radio ini sudah sangat menyatu dengan masyarakat, khususnya masyarakat Payakumbuh, semua ini terbukti dengan slogan “*dunsanak pandanga*”. Selain itu radio ini memiliki banyak penggemar sampai ke daerah lain di Sumatra Barat. Peneliti sangat ini meneliti penggunaan tindak tutur ilokusi dalam iklan perdagangan di Radio *Harau FM* Payakumbuh.

Instrumen yaitu alat yang dijadikan untuk mengumpulkan data. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Menurut Moleong (2013:168) kedudukan peneliti sebagai instrumen penelitian cukup rumit, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengumpulan data, analisis data, dan pada akhirnya menjadi pelopor hasil penelitian. Instrumen tambahannya adalah *tape recorder* untuk merekam tuturan iklan radio.

Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut. (1) Penampilan data, dilakukan melalui tabulasi. Tabel yang digunakan disesuaikan dengan fokus permasalahan penelitian yaitu analisis tindak tutur ilokusi pada iklan perdagangan di radio *Harau FM* Payakumbuh. (2) Pendalaman, digunakan untuk memperoleh gambaran lebih terfokus sesuai dengan permasalahan. (3) Penyimpulan, dilakukan sesuai dengan hasil penerapan langkah penganalisisan sebelumnya.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tindak Asertif Memberitahu di radio Harau FM

Berikut ini contoh yang menunjukkan memberitahu. contoh iklan Mio entri.

*Mau motor irit bbm? Di Yamaha Labuah Basilang tempatnya. Dapat motor matic canggih terbaru dari yamaha dengan teknologi dlu kol, irit bbm tapi tetap bertenaga, mio entri 125 cc yang dilengkapi dengan equator ekuidrai berfungsi mengontrol keiritan pemakaian bbm anda serta tampilan yang sporti airo-dinamis, dan trendi.*

Tindak Asertif Menegaskan

Contoh Iklan Sepeda Motor Vario

*Roni: hai win, jadi bareng kan?*

*Rini: sorry ron, gw kayaknya naik motor varionya andi aja deh.*

*Roni: payah tu cewek*

*Hahaha, gak mau kan di gratisin cewek? Ganti dong motor loe sama honda vario tecno, mesinnya ISB injeksi VIJ Mevey lebih bertenaga dan irit. Modelnya pun jadi trendsetter, teknologi komplibet-sistemnya selalu bikin kita nyaman, cukup tarik ruas rem kiri langsung deh rem depan belakang bekerja. Cuma honda yang punya kayak gini, dapatkan di menara aguang Payakumbuh.*

Tindak Asertif Menduga

Contoh: Iklan Absolut Revo.

*“Mogok lagi mogok lagi, servis lagi servis lagi, lama-lama bangkrut juga ni! Huft !Motor kok bikin sakit kepala, pakai dong New Absolut Revo, teknologi mesin honda terdepan dengan IFT 110 CC, irit dan bandel. Nah itu yang saya cari. Boleh dong pinjam dulu. Sana beli di Menara Agung, jalan Soekarno*

*Hatta nomor 116 dkat simpang SMEA Negeri Payakumbuh”.*

Tindak Direktif Menyuruh

Contoh: Iklan Sepeda Motor Vario

*Roni: hai win, jadi bareng kan ?*

*Rini: sorry ron, gw kayaknya naik motor varionya andi aja deh.*

*Andi: ayo rin kita cabut.*

*Roni: payah tu cewek*

*Hahaha, gak mau kan di gratisin cewek? Ganti dong motor loe sama honda vario tecno, mesinnya ISB injeksi VIJ Mevey lebih bertenaga dan irit. Modelnya pun jadi transeter, teknologi komplibet-sistemnya selalu bikin kita nyaman, cukup tarik ruas rem kiri langsung deh rem depan belakang bekerja. Cuma honda yang punya kayak gini, dapatkan di menara aguang Payakumbuh. .*

Tindak Direktif Meminta

Contoh: iklan Susu Kuda Liar

*Susu kuda liar Assyfa, asli dan khasiatnya lebih dahsyat. Susu kuda liar merek Assyfa sudah terbukti bertahun-tahun, mantap khasiatnya! Dapatkan segera di radio Harau FM, jalan raya negara km 7 Tanjung Pati atau di radio Tiara FM, jalan Pahlawan Sawah Padang, Payakumbuh, dan di toko Warga, jalan Ayani pasar Payakumbuh. Susu kuda liar Assyfa, persedian terbatas!*

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi direktif pada kalimat

*“Dapatkan segera di radio Harau FM, jalan raya negara km 7 Tanjung Pati atau di radio Tiara FM, jalan Pahlawan Sawah Padang, Payakumbuh, dan di toko*

Warga, jalan Ayani pasar Payakumbuh”.

Tindak Direktif Melarang

Contoh: iklan Belida Tour and Traffel.

“Belida Tour and Trafel menjual tiket pesawat semua maskapai domestik seperti, Garuda Indonesia, Lion Air, Sriwijaya Air, Citilink, dan lain-lain. Juga melayani reservasi lebih dari 900 maskapai internasional. Di Belida Tour andT trafel harga terjamin sama dengan maskapai tanpa biaya tambahan dan juga menyediakan voucher hotel seperti Haris Hotel, Usten Group, Accor Group, Tour and Trafel sangat murah dibanding datang langsung ke hotel.. Jadi, jangan lewatkan momen liburan dan perjalanan anda bersama kami.

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi direktif pada kalimat ” Jadi, jangan lewatkan momen liburan dan perjalanan anda bersama kami”.

Tindak Komisif Mengusulkan

Contoh: iklan Mio entri.

Mau motor irit bbm? Di Yamaha Labuah Basilang tempatnya. Dapat motor matic canggih terbaru dari yamaha dengan teknologi dlukol, irit bbm tapi tetap bertenaga, Mio Entri 125 cc yang dilengkapi dengan equator ekuidrai berfungsi mengontrol keiritan pemakaian bbm anda serta tampilan yang sporti airodinamis, dan trendi. Ayo dapatkan kenyamanan berkendara hanya dengan Mio Entri 125 cc tanpa kompromi di Yamaha Labuah Basilang!

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi komisif pada kalimat “Ayo dapatkan kenyamanan berkendara hanya

dengan mio entri 125 cc tanpa kompromi di Yamaha Labuah Basilang”.

Tindak Komisif Menawarkan

Contoh: Iklan Susu Kuda Liar Assyfa

Susu kuda liar Assyfa, asli dan khasiatnya lebih dahsyat. Susu kuda liar merek Assyfa sudah terbukti bertahun-tahun, mantap khasiatnya! Dapatkan segera di radio Harau FM, jalan raya negara km 7 Tanjung Pati atau di radio Tiara FM, jalan Pahlawan Sawah Padang, Payakumbuh, dan di toko Warga, jalan Ayani pasar Payakumbuh. Susu kuda liar Assyfa, persediaan terbatas!

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi komisif pada kalimat

”Dapatkan segera di radio Harau FM, jalan raya negara km 7 Tanjung Pati atau di radio Tiara FM, jalan Pahlawan Sawah Padang, Payakumbuh” dan “di toko Warga, jalan Ayani pasar Payakumbuh.”

Tindak Komisif Berjanji

Contoh: Iklan Emeral Gypsum

Cowok: tutuiklah pintu muko tulai diak, tangango juo baru.

Cewek: ditutuik baa juo nyo uda lai ko, pintu tu bana nan lah belong. Bagubuak pulo lai aaa. Caliak lah plafon rumah wak bagai, alun3 bulan dipakai lai, lah habih diirik kumbang.

Cowok: kayu yang rancak sarik mandapekannyo kini diak.

CeweK: makonyo pasan malah daun pintu dan plafon gypsum yang ado di Emeral Gypsum da. Modelnyo rancak, tahan pulo lai.

*Meskipun kayu dengan kualitas baik sulit didapatkan, jangan ragu, percayakan pada tenaga-tenaga proposional kami untuk mendesain rumah anda menggunakan plafon gipsum rangka besi.*

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi komisif pada kalimat

*“Meskipun kayu dengan kualitas baik sulit didapatkan, jangan ragu, percayakan pada tenaga-tenaga proposional kami untuk mendesain rumah anda menggunakan plafon gipsum rangka besi”.*

Tindak Deklaratif Memutuskan  
Contoh: iklan Samudra Baru

*Papa : Ma ganti ban mobil yuk?  
Mama: Emangnya di sini ada yang lengkap tempat jual bannya pa?*

*Papa: Jangan khawatir ma, di Samudra Baru semua ban yang kita butuhin lengkap di sana. Seperti, ban mobil sedan, mini bus, L300 dan lain lain.*

*Mama: Alamatnya di mana sih pa?  
Biar sekalian kita ganti di sana.*

*Mau ganti segala jenis ban mobil dan motor? Cukup di satu tempat saja, Samudra Ban. Samudra ban beralamat di jalan raya negara km 9 Tanjung Pati, Sarilamak Kabupaten 50 kota. Hp 081267430899.*

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi deklaratif pada kalimat “Cukup di satu tempat saja, Samudra ban”.

Tindak Ekpresif Mengeluh  
Contoh: iklan Samudra Baru

*Papa: Ma ganti ban mobil yuk?  
Mama: Emangnya di sini ada yang lengkap tempat jual bannya pa?*

*Anak: Ban motor adek juga udah licin pa, sekalian ya?*

*Mama: Duh si adek pakai nambahin ganti ban motor lagi, harus sampai malam ni kayaknya pa?*

*Papa: Jangan khawatir ma, di Samudra Baru semua ban yang kita butuhin lengkap di sana. Seperti, ban mobil Sedan, Mini bus, L300 dan lain lain. Duh si adek pakai nambahin ganti ban motor lagi, harus sampai malam ni kayaknya pa”.*

Tindak Ekpresif Marah  
Contoh: Iklan Absolut Revo

*Mogok lagi mogok lagi, servis lagi servis lagi, lama-lama bangkrut juga ni!.huft!! Motor kok bikin sakit kepala, pakai dong New Absolut Revo, teknologi mesin honda terdepan dengan IFT 110 CC, irit dan bandel.*

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi ekpresif pada kalimat “Mogok lagi mogok lagi, servis lagi servis lagi, lama-lama bangkrut juga ni! huft!”

Tindak Ekpresif Terkejut  
Contoh: Iklan Lesehan Soto H. Wir

*Imel: ulang tahun imel barayoan di lesehan soto H. Wir sajolah yo pi?*

*Papi : di lesehan soto H.wir?*

*Imel : Iyo pi, di lesehan soto H.wir, tampeknyo lapang.*

*Papi: Satau papi soto H.Wir ko kadainyo di mujko terminal*

*Sago Pasa Payakumbuh, aaa  
dima pulo tu lesehan soto  
H.wir?*

*Mami: iyo di situ juo pi, bana bana  
sangaik pi, tampeknyo d block  
timur, pusat pertokoan  
lantai 2.*

*Papi: eehh, mami lah panau se kini  
yo?*

*Yaa, kini soto H.Wir hadir dengan  
suasana baru. Tempatnya lebih  
nyaman, sejuk, dan romantis. Jadi,  
ajaklah keluarga anda atau orang-  
orang terdekat untuk menikmati  
suguhan istimewa di lesehan soto H.  
Wir. Kami tunggu kedatangan anda  
di lesehan soto H. Wir . lesehan soto  
H. Wir iyo sangaik bana ko aaa.*

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi ekspresif pada kalimat "eehh, mami lah panau se kini yo."

Tindak Ekspresif Merasa Bersalah  
Contoh: Iklan Sepeda Motor Vario

*Roni: hai win, jadi bareng kan ?*

*Rini: duh, sorry ron, gw kayaknya  
naik motor varionya andi aja  
deh.*

*Andi : ayo rin kita cabut.Hahaha, gak  
mau kan di gratisisn cewek?  
Ganti dong motor loe sama  
honda vario tecno, mesinnya  
ISB injeksi VIJ Mevey lebih  
bertenaga dan irit. Modelnya  
pun jadi trendsetter, teknologi  
kompli bet sistemnya selalu bi-  
kin kita nyaman, cukup tarik  
ruas rem kiri langsung deh rem  
depan belakang bekerja. Cuma  
honda yang punya kayak gini,  
dapatkan di menara aguang  
Payakumbuh.*

Pada iklan di atas ditemukan tindak tutur ilokusi ekspresif pada kalimat "Duh sorry ron, gw kayaknya naik motor varionya andi aja deh".

## KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini diperoleh simpulan penelitian tentang tindak tutur ilokusi dapat disimpulkan sebagai berikut. (a) tindak tutur ilokusi asertif ditemukan pada 21 data yang terdiri dari 10 tindak asertif memberitahu, 10 tindak asertif menegaskan, dan 1 tindak asertif menduga. (b) tindak tutur direktif, ditemukan 5 tindak direktif menyuruh, 6 tindak direktif meminta, dan 2 tindak direktif melarang. (c) tindak tutur komisif, ditemukan 9 tindak komisif mengusulkan, 8 tindak komisif menawarkan, dan 1 tindak tutur komisif berjanji. (d) tindak tutur deklaratif, ditemukan 1 tindak deklaratif memutuskan, dan 3 tindak deklaratif memvonis. (e) tindak tutur ekspresif, ditemukan 2 tindak ekspresif mengeluh, 3 tindak ekspresif marah, 3 tindak ekspresif terkejut dan 1 tindak ekspresif merasa bersalah.

## PERSANTUNAN

Peneliti mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada seluruh civitas akademika STKIP Ahlusunnah Bukittinggi dan kepada segenap dewan redaksi jurnal Bahastra Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. 1995. *Pragmatik dalam pengajaran bahasa indonesia*. Padang: IKIP.
- Chaer, Abdul. 2010. *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Agustina. 2010. *Sosiolinguistik perkenalan awal*. Jakarta.
- Tarigan, Hendry Guntur. 2009. *Pengajaran pragmatik*. Bandung: Angkasa
- Mahsun. 2005. *Metode penelitian Bahasa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J.2013.*Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Ramaja Rosdakarya
- Pangaribun, Tagor. 2008. *Paradigma Bahasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



Syahrul. 2008. *Pragmatik Kesantunan Berbahasa*. Menyibak Fenomena Berbahasa Indonesia Guru dan siswa. Universitas Negeri Padang press.