

TINDAK TUTUR DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI KABUPATEN BANYUWANGI

Clara Ayu Sasmita

email: claraasmi16@gmail.com

Program Studi Sastra Indonesia Fakultas Sastra dan Budaya Universitas Udayana

Abstract

Speech act is actions through speech. Speech act can be found anywhere and occur at anytime during the process of communication. In this research use theory of pragmatics, there are speech act theory and speech act theory of functions. Methods and techniques used in this research consist of three, namely 1) "simak" method for data collection, 2) descriptive method for data analysis, and 3) informal method for presentation. Thus, the results obtained from this research are (1) types of speech act is a direct, indirect speech acts, and speech acts literal, and (2) functions of speech acts, that is declarative, representative, expressive, directive, and commissive.

Keywords: speech act, ILM, pragmatics

1. Latar Belakang

Bahasa adalah suatu sistem simbol bunyi yang bebas dipergunakan oleh anggota masyarakat untuk bekerja sama atau berhubungan (Jendra, 1988:3). Bahasa juga merupakan alat untuk berkomunikasi, dan dengan bahasa pula dapat diketahui identitas sebuah bangsa. Seiring dengan kemajuan zaman, penggunaan bahasa lebih beragam. Salah satunya adalah bahasa periklanan yang kini lebih bervariasi.

Keberadaan iklan sebagai sarana dalam mempromosikan barang dan jasa menjadi sangat diperhitungkan. Hal itu ditunjukkan dengan semakin beragamnya tampilan iklan yang terdapat pada media, baik media elektronik maupun media cetak. Pesatnya kemajuan teknologi informasi tersebut membuat tantangan dan sekaligus memudahkan untuk menghasilkan iklan-ilkan yang kreatif, atraktif, dan inovatif (Mahayani, 2013:197).

Iklan juga dapat diartikan sebagai pengumuman atau pemberitahuan tentang suatu produk kepada masyarakat. Penggunaan bahasa verbal dan nonverbal pada iklan bertujuan menginformasikan barang dan jasa yang ditawarkan. Pada era yang serba canggih ini, teknologi untuk membuat tampilan iklan sangatlah bervariasi. Gambar-gambar serta penggunaan bahasa yang dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian masyarakat luas.

Penggunaan bahasa dalam periklanan erat kaitanya dengan ilmu pragmatik. Dengan demikian dapat membantu masyarakat untuk lebih mengetahui tentang maksud dan tujuan iklan-iklan itu dibuat.

2. Pokoh Masalah

Masalah yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu (1) Jenis tindak tutur yang terdapat pada iklan layanan masyarakat di Kabupaten Banyuwangi. (2) Fungsi tindak tutur yang terdapat pada iklan layanan masyarakat di Kabupaten Banyuwangi.

3. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian ini adalah dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang linguistik khususnya pragmatik, serta dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu, secara khusus tujuan penelitian ini, yakni mendeskripsikan jenis-jenis tindak tutur dan fungsi tindak tutur.

4. Metode Penelitian

Metode dan teknik dalam penelitian ini terbagi atas tiga, yaitu (1) Metode dan teknik pengumpulan data berupa metode simak dan dibantu dengan teknik lanjutan, yaitu teknik simak bebas libat cakap. (2) Metode dan teknik yang digunakan untuk menganalisis adalah metode deskriptif. (3) Metode dan teknik yang digunakan untuk menyajikan hasil analisis data adalah metode informal.

5. Hasil dan Pembahasan

a. Jenis-jenis Tindak Tutur dalam Iklan Layanan Masyarakat di Kabupaten Banyuwangi

Berdasarkan jenisnya, tindak tutur dibedakan menjadi empat, yaitu tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, tindak tutur literal, dan tindak tutur tidak literal (Wijana, 1996:30—31).

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, tindak tutur dalam iklan layanan masyarakat di Kabupaten Banyuwangi, yaitu tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, dan tindak tutur literal. Berikut beberapa data yang terdapat dalam tindak tutur dalam iklan layanan masyarakat di Kabupaten Banyuwangi.

(1) Gerakan sehat bersama Puskesmas.

Layanan Kesehatan mudah, murah, dekat, bermanfaat, dan berkualitas ada di Puskesmas.

Ingin sehat? Ke Puskesmas aja.

Konteks: Tuturan di atas merupakan ILM yang ada di Puskesmas Rogojampi. Dalam tuturan tersebut pemerintah mengajak masyarakat untuk berobat ke Puskemas, karena berobat di puskesmas mudah, murah, bermanfaat, dan berkualitas.

Tuturan di atas merupakan **tindak tutur langsung** berupa kalimat perintah. Kalimat perintah difungsikan secara konvensional untuk menyuruh, mengajak, dan memohon. Modus tuturan (1) adalah kalimat perintah yang digunakan untuk menyuruh dan mengajak. Maksud yang ingin disampaikan tuturan (1) adalah pemerintah menyuruh dan mengajak masyarakat Banyuwangi yang sedang sakit agar mau berobat ke Puskesmas karena di Puskesmas mudah, murah, bermanfaat, dan berkualitas. Oleh karena itu, masyarakat yang sakit tidak perlu ke rumah sakit lagi untuk berobat.

(2) Menikah usia muda banyak problema

Tunda nikah dini

Wanita 20 Tahun, pria 25 Tahun

Konteks: Tuturan di atas merupakan problematika menikah di usia muda.

Tuturan di atas merupakan **tindak tutur tidak langsung** karena kalimat berita dalam tuturan tersebut selain berfungsi untuk memberitahukan sesuatu sekaligus dapat

berfungsi untuk memerintahkan sesuatu secara tidak langsung. Modus tuturan (2) adalah kalimat berita yang difungsikan untuk memerintah secara tidak langsung. Maksud yang ingin disampaikan tuturan (2) adalah bahwa menikah muda banyak menimbulkan masalah. Dalam hal ini BKKBN bekerja sama dengan pemerintah Banyuwangi secara tidak langsung menyuruh dan menyarankan kepada seluruh pemuda Banyuwangi untuk menikah pada umur 25 untuk pria, dan 20 untuk wanita. Caranya tempuhlah pendidikan hingga tingkat sarjana, mencari pekerjaan yang layak, kemudian tunjukkan hasil yang sudah didapat.

(3) Beasiswa Banyuwangi cerdas

Konteks: Tuturan di atas merupakan iklan beasiswa.

Tuturan di atas merupakan **tindak tutur literal** karena maksud tuturan tersebut sama dengan makna kata-kata yang menyusunnya. Pada tuturan (3) maksud yang ingin disampaikan iklan tersebut sama dengan kata-kata yang menyusunnya, yakni iklan tersebut hanya menginformasikan tentang adanya beasiswa Banyuwangi cerdas.

b. Fungsi Tindak Tutur dalam Iklan Layanan Masyarakat di Kabupaten Banyuwangi

Berdasarkan fungsi tindak tutur, menurut teori yang diutarakan oleh Searle (dalam Mahayani, 2013:202) membagi fungsi umum yang ditunjukkan oleh penggunaan tindak tutur menjadi lima tipe, yaitu **deklaratif, representatif, ekspesif, direktif, dan komisif**. Berikut beberapa data yang termasuk dalam fungsi tindak tutur dalam iklan layanan masyarakat.

(1) Narkoba no
Prestasi yes
Wujudkan cita-citamu tanpa narkoba

Konteks: Tuturan di atas merupakan iklan narkoba, dalam tuturan tersebut terdapat pesan yang ingin disampaikan oleh produsen iklan.

Kutipan tuturan (1) di atas menunjukkan adanya fungsi deklaratif yang ditandai dengan kalimat “wujudkan cita-citamu tanpa narkoba”. Pada data (1) produsen iklan

melalui tuturannya ingin mengubah suatu keadaan bahwa dengan prestasi masyarakat Banyuwangi dapat mewujudkan cita-cita tanpa narkoba.

(2) Tertib berlalu lintas cermin budaya *lare oseng*

Konteks: Tuturan di atas merupakan iklan untuk tertib berlalu lintas.

Kutipan tuturan (2) di atas menunjukkan adanya fungsi representatif karena kepolisian Banyuwangi melalui tuturannya mempercayai bahwa masyarakat Banyuwangi dapat tertib berlalu lintas, sehingga dapat mengurangi angka kecelakaan lalu lintas.

(3) Kami belum sempurna
Tapi kami selalu berusaha
Kepuasan anda adalah kepuasan kami

Konteks: Tuturan di atas merupakan iklan kepolisian Banyuwangi dalam melayani masyarakat.

Kutipan tuturan (3) di atas menunjukkan adanya fungsi ekspresif. Sebab dalam iklan tersebut kepolisian Banyuwangi dalam tuturannya mengekresikan rasa rendah hati bahwa kepolisian Banyuwangi belum merasa sempurna melayani masyarakat.

(4) Ayo kita berantas HIV/ aids dari bumi Blambangan
Kalau bukan kita, siapa lagi

Konteks: Tuturan di atas merupakan iklan tentang pemberantasan HIV/ aids di bumi Blambangan.

Kutipan tuturan (4) di atas menunjukkan adanya fungsi direktif karena dalam iklan tersebut pemerintah Banyuwangi dalam tuturannya menginginkan suatu keadaan agar masyarakat Banyuwangi mau ikut serta memberantas HIV/aids dari bumi Blambangan. Jika masyarakat tidak berperan aktif, lalu siapa lagi.

(5) Asuransi pekerja informal
Sebuah iktiar memasang jala pengaman sebagai penompang kesejahteraan dan ketenangan bekerja

Konteks: Tuturan di atas merupakan iklan yang membahas tentang asuransi untuk tenaga informal di Banyuwangi.

Kutipan tuturan (5) di atas menunjukkan adanya fungsi komisif karena dalam iklan tersebut pemerintah Banyuwangi dalam tuturannya menyatakan komitmen dan menginginkan adanya asuransi yang diberikan kepada pekerja informal yang ada di Banyuwangi. Dengan demikian para pekerja informal mendapat ketenangan dan kesejahteraan dalam bekerja.

6. Simpulan

Jenis tindak tutur yang ada pada iklan layanan masyarakat di Kabupaten Banyuwangi, yaitu tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, dan tindak tutur literal. Fungsi-fungsi tindak tutur yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat, yaitu (a) fungsi deklaratif, (b) fungsi representatif, (c) fungsi ekspresif, (d) fungsi direktif, dan e) fungsi komisif.

DAFTAR PUSTAKA

- Jendra, I Wayan. 1988. *Pengantar Ilmu Bahasa dan Perkembangannya*. Surabaya: Paramita.
- Mahayani, Ni Putu Sri 2013. *Dinamika Bahasa Media*. Denpasar: Udayan University Press.
- Wijana, I Dewa Putu. 1996. *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi.