

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tindak ilokusi *constatives* merupakan ekspresi kepercayaan yang dibarengi dengan ekspresi maksud sehingga mitratutur membentuk (atau memegang) kepercayaan serupa (Ibrahim, 1993:17). Dalam kegiatan berkomunikasi setiap penutur menyampaikan tuturan dibarengi dengan ekspresi yang ingin menyampaikan maksud dan tujuan. Lawan tutur akan lebih mudah memahami setiap tuturan yang ditunjukkan jika ekspresi terlihat, karena tuturan tanpa ekspresi akan membuat lawan tutur tidak bisa mempercayai. Sebagai penutur memberikan kepercayaan kepada lawan tuturnya itu penting, dalam berkomunikasi tujuan yang disampaikan melalui tuturan harus membuat yakin. Jadi, informasi yang akan disampaikan dapat diterima dengan jelas maksud dan tujuannya.

Tindak ilokusi *constatives* yang menyatakan ekspresi untuk meyakinkan lawan tutur mempunyai bentuk yang dapat menunjukkan bahwa itu adalah tindak ilokusi *constatives*, diantaranya yaitu *assertives*, *predictives*, *retrodictives*, *descriptives*, *ascriptives*, *informatives*, *confirmatives*, *concessives*, *retractives*, *assentives*, *dissentives*, *disputatives*, *responsives*, *suggestives*, *suppositives*. Setiap tuturan yang terjadi tidak hanya sebatas tuturan biasa tetapi mempunyai pengaruh untuk lawan tuturnya, seperti pada ilokusi *constatives* yang dilihat dari ekspresi penutur untuk dipercaya dan ekspresi maksud. Dari ekspresi ditunjukkan oleh lawan tutur akan lebih mudah memahami tujuan dari tuturan yang disampaikan. Setiap bentuk ilokusi *constatives* sendiri mempunyai fungsi masing-masing yang dapat menunjukkan.

Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap masalah yang harus mereka hadapi, seperti dalam kondisi yang dapat mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Dengan adanya iklan masyarakat dapat memberikan solusi kepada masyarakat untuk mengatasi permasalahan ekonomi, kesehatan, pendidikan dan lain-lain. Pada salah satu contoh permasalahan masyarakat yang sering terjadi adalah kurang perhatiannya kesadaran tentang kesehatan anak, pemerintah memberi informasi tentang vaksin melalui iklan masyarakat. Jadi masyarakat yang belum mengetahui dapat mengatasi masalah dengan informasi yang di sampaikan melalui iklan masyarakat. Iklan layanan masyarakat merupakan sebuah iklan yang dilakukan oleh lembaga pemerintah maupun non pemerintah untuk mempengaruhi masyarakat secara umum melalui media cetak atau elektronik yang merupakan media untuk mempromosikan suatu kegiatan sebagai bentuk pemberian layanan kepada masyarakat melalui upaya menggerakkan solidaritas dan kepedulian masyarakat dalam menghadapi masalah sosial. Diharapkan dengan adanya iklan masyarakat akan membantu masyarakat lebih berpikir positif dalam menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan sosial.

Ketika peneliti melihat *Youtube* pada tanggal 15 Maret 2018, iklan layanan masyarakat di salah satu *channel* bank Indonesia dengan judul “Keluarga Thamrin : Kas Keliling Bank Indonesia”. Dalam judul itu ada tuturan sebagai berikut :

- (1) Bapak : “Wah banyak juga koleksinya Mamah sekarang.”
Ibu : “**Kan Papah yang nyuruh Mamah nuker uang**, makanya kumpulin sekarang biar sekalian.”

Tuturan (1) ini membahas masalah suami dan istri yang sedang membicarakan koleksi jenis uang yang akan ditukarkan ke bank. Dalam tuturan (1) ada bagian kalimat “Kan Papah yang nyuruh Mamah nuker uang...”, kalimat ini sebenarnya kalimat dengan fungsi menjawab. Fungsi menjawab mempunyai ciri-ciri yaitu memberi jawaban atas pertanyaan atau kritik, membalas dan menanggapi pertanyaan. Fungsi menjawab dalam tindak tutur sering disebut ilokusi *responsives*.

Peneliti menemukan tuturan lain dalam iklan masyarakat di *Youtube* pada Bank Indonesia *channel* ini yang termasuk dalam tindak ilokusi *constatives*, yaitu:

- (2) Ibu : “Loh Papah kok belum beres-beres, kan katanya mau nganter Mamah nuker uang?”
 Bapak : “Ya udah **Papah ganti baju dulu ya Mah**”

Tuturan (2) ini membahas masalah suami istri yang akan berangkat untuk menukar uang ke bank. Di dalam tuturan tersebut dapat dilihat istri yang sedang menegaskan kepada suaminya kenapa belum siap-siap untuk berangkat ke bank untuk mengantar istrinya. Dalam tuturan (2) terdapat bagian kalimat “... Papah ganti baju dulu ya ...”, kalimat ini merupakan kalimat dengan fungsi mengkonfirmasi. Fungsi mengkonfirmasi mempunyai ciri-ciri yaitu penegasan dalam setiap kalimat, pengesahan dan membenaran. Fungsi mengkonfirmasi dalam tindak tutur sering disebut ilokusi *confirmatives*.

Peneliti menemukan tuturan lain dalam iklan masyarakat di *Youtube* pada bank Indonesia *channel* ini yang termasuk dalam tindak ilokusi *constatives*, yaitu:

- (3) Ibu A : “Ibu saya mau tanya penukaran uang dimana ya?”
 IbuB : “Jadi kemarin Saya nukernya di Bank, **jadi sekarang lagi ada cash keliling bank Indonesia itu Bu,**”

Tuturan (3) ini membahas masalah ibu A yang sedang bingung untuk menukarkan uangnya dimana. Setelah pertanyaannya tentang menukar uang dijawab oleh ibu B bermaksud melaporkan kepada ibu A agar tidak melewatkan kesempatan menukar uang di bank Indonesia. Dalam tuturan (3) “...jadi sekarang lagi ada *cash* keliling bank Indonesia itu Bu”, kalimat ini merupakan kalimat dengan fungsi melaporkan. Fungsi melaporkan mempunyai ciri-ciri yaitu memberitahukan. Fungsi melaporkan dalam tindak tutur sering disebut ilokusi *retrodictives*.

Peneliti menemukan tuturan lain dalam iklan masyarakat di *Youtube* pada Bank Indonesia *channel* ini yang termasuk dalam tindak ilokusi *constatives*, yaitu:

(4) Ibu B: “**Info updatenya ada di *twitter* bank Indonesia**. Sebentar Saya lihat *handhphone* dulu.”

Tuturan (4) ini membahas masalah ibu B yang sedang menginformasikan. Sebelum ibu B menginformasikan adanya *cash* keliling dari Bank Indonesia yang bisa di *update* melalui *twitter*, percakapan mereka berawal dari pertanyaan ibu A yang bertanya tempat menukarkan uang. Dalam tuturan (4) ada bagian kalimat “Info updatenya ada di *twitter* bank Indonesia.”, kalimat ini sebenarnya merupakan kalimat dengan fungsi menginformasikan. Fungsi menginformasikan mempunyai ciri-ciri yaitu memberikan informasi, menerangkan dan memberitahukan. Fungsi melaporkan dalam tindak tutur sering disebut ilokusi *informatives*.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih iklan layanan masyarakat di Bank Indonesia *channel* pada bulan Juni-September 2017 karena di dalam fenomena yang saya temukan pada iklan layanan masyarakat di bank Indonesia *channel* di *Youtube* terdapat bentuk tuturan yang mengandung tindak ilokusi *constatives*. Selain itu, dalam iklan layanan masyarakat ini juga membantu masyarakat untuk mengetahui

informasi keadaan ekonomi sekarang. Dengan dibuatnya uang elektronik sebagai program pemerintah dalam membantu masyarakat untuk memudahkan berbelanja dan melewati jalan tol. Informasi-informasi yang dibuat disampaikan melalui iklan layanan masyarakat di bank Indonesia *channel*.

Dilihat dari fenomena-fenomena tersebut banyak tuturan yang merupakan bagian dari tindak ilokusi *constatives*. Pada fenomena itu ada tindak ilokusi *responsives* dengan fungsi menjawab, ilokusi *confirmatives* dengan fungsi mengkonfirmasi, ilokusi *retrodictives* dengan fungsi melaporkan, ilokusi *informatives* dengan fungsi menginformasikan. Berdasarkan penjelasan itu akhirnya peneliti berasumsi tuturan ini mengandung ilokusi *constatives*. Namun demikian masih merupakan asumsi untuk mengetahui benar atau tidaknya, perlu dilakukan kajian lebih teliti. Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Takstonomi Tindak Ilokusi *Constatives* pada Iklan Layanan Masyarakat di *Youtube* Bank Indonesia *Channel* Unggahan Juni-September 2017” penting untuk dilakukan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diambil rumusan masalah “Bagaimana bentuk ilokusi *constatives* yang ada pada unggahan iklan layanan masyarakat di Bank Indonesia *channel* pada *Youtube* bulan Juni-September 2017?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk ilokusi *constatives* yang terdapat dalam iklan masyarakat Bank Indonesia *channel* di *Youtube*. Dengan dibuatnya penelitian ini dapat dijabarkan bentuk-bentuk taksonomi yang ada di dalamnya melalui tuturan yang ada pada iklan sesuai jenis tindak tutur ilokusi

dengan fungsinya. Setiap tuturan yang ada pada iklan menunjukkan bentuk-bentuk ilokusi . Peneliti dapat mendeskripsikan bentuk-bentuk ilokusi *constatives* melalui tuturan yang ada dalam iklan tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan acuan yang sangat bermanfaat untuk berbagai kepentingan pragmatik, khususnya bentuk tindak tutur yang terdapat pada iklan masyarakat Bank Indonesia *channel* di *Youtube*. Maksudnya penelitian ini dapat memberikan sumbangan teori mengenai teori-teori pragmatik dan dapat dijadikan pedoman oleh peneliti lain dalam menyusun penelitian yang sejenis. Teori-teori pragmatik dalam penelitian ini dapat menambah referensi. Dapat dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian linguistik yang berkaitan dengan tindak tutur.

2. Manfaat Praktis

Bagi Mahasiswa, penelitian ini dapat dijadikan suatu bahan acuan tambahan dalam menganalisis bentuk tindak tutur khususnya ilokusi *constatives* . bagi para pembaca umum, penelitian ini sebagai pedoman yang dibuat dari penelitian ini diharapkan dapat membantu kesulitan-kesulitan penelitian selanjutnya.