

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Relevan

Penelitian kebahasaan yang berhubungan dengan kajian pragmatik, khususnya kajian tindak tutur ilokusi, bukanlah hal yang baru. Sudah ada beberapa penelitian mengenai hal tersebut antara lain penelitian Reni Dwi Pawestri (2016) dan Naelul Amani (2017). Akan tetapi, penelitian yang akan dilakukan ini berbeda dengan penelitian-penelitian tindak tutur ilokusi sebelumnya. Untuk membuktikannya, peneliti menguraikan hasil penelitian tersebut sebagai berikut.

1. Penelitian dengan judul *Kajian Tindak Tutur Ilokusi Acknowledgment (Pengakuan) pada Talk Show Indonesia Lawyers Club Periode November 2016*, oleh Reni Dwi Parestri (2016)

Penelitian ini dilakukan oleh Reni Dwi Parestri Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto, penelitian ini termasuk deskriptif kualitatif. Data pada penelitian ini adalah tuturan yang digunakan pada *Talk Show Indonesia Lawyers Club* periode November 2016. Sumber data dalam penelitian ini adalah presenter dan bintang tamu atau narasumber pada *Talk Show Indonesia Lawyers Club* Tv One periode November 2016. Penelitian ini menggunakan metode simak dengan teknik lanjutan yaitu teknik simak bebas libat cakap (SBLC) dan teknik catat. Analisis data menggunakan metode padan pragmatis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tuturan pengakuan (*acknowledgment*) pada *Talk Show Indonesia Lawyers Club* Periode November 2016 ada tujuh bentuk, yaitu: *apologize* (meminta maaf) sebanyak 14 tuturan, *condole* (mengucapkan belasungkawa) sebanyak 13 tuturan, *congratulate*

(mengucapkan selamat) sebanyak 4 tuturan, *greet* (mengucapkan salam) sebanyak 39 tuturan, *thank* (pengucapan terimakasih) sebanyak 70 tuturan, *bid* (harapan) sebanyak 15 tuturan, *receet* (menerima) sebanyak 8 tuturan. Tindak tutur yang tidak terdapat pada *Talk Show Indonesia Lawyers Club* yaitu tuturan ilokusi *acknowledgment* (pengakuan) *reject* (menolak) karena pada acara tersebut tidak digunakan. Meskipun penelitian tindak tutur ilokusi pernah dilakukan, tetapi terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini.

Perbedaan dengan penelitian Reni Dwi Pawestri dapat dilihat dari sumber data yang digunakan adalah presenter dan bintang tamu atau narasumber pada *Talk Show Indonesia Lawyers Club Tv One* periode November 2016 sedangkan peneliti sumber data iklan toko *online* di *YouTube* periode Januari-Agustus. Data tuturan yang digunakan pada *Talk Show Indonesia Lawyers Club Tv One* periode November 2016. Perbedaan lain hasil penelitian tuturan pengakuan (*acknowledgment*). Persamaannya sama-sama menggunakan teknik simak bebas libat cakap. Sama-sama menggunakan tindak tutur. Persamaan menggunakan deskripsif kualitatif dalam penelitiannya.

2. Penelitian dengan judul *Tindak Tutur Ilokusi pada Tuturan Raffi dan Gigi dalam Tayangan Reality Show “Janji Suci Raffi dan Gigi” Periode Februari 2017, oleh Naelul Amani (2017)*

Penelitian ini dilakukan oleh Naelul Amani Mahasiswa Universitas Muhammadiyah, penelitian ini termasuk deskriptif kualitatif. Data pada penelitian ini adalah tuturan yang digunakan pada *Reality Show “Janji Suci Raffi dan Gigi”* Periode Februari 2017 sebanyak 92 data tuturan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tuturan dalam tayangan *Reality Show “Janji Suci Raffi dan Gigi”* periode Februari 2017. Penelitian ini menggunakan metode simak dengan teknik dasar

teknik sadap. Teknik lanjutan dari metode simak adalah teknik simak libat cakap (TSLC), teknik rekam, dan teknik catat. Analisis data menggunakan metode padan. Hasil penelitian menganalisis data yang berkaitan dengan bentuk tindak tutur ilokusi direktif pada tuturan dalam tayangan *Reality Show* “Janji Suci” Raffi dan Gigi” Periode 2017, peneliti menampilkan hasilnya dalam bentuk laporan tertulis. Meskipun penelitian tindak tutur ilokusi pernah dilakukan, tetapi terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini.

Perbedaan dengan penelitian Naelul Amani dapat dilihat dari data penelitian menggunakan tuturan yang digunakan pada *Reality Show* “Janji Suci Raffi dan Gigi” periode Februari 2017. Perbedaan lain sumber data yang digunakan tuturan dalam tayangan *Reality Show* “Janji Suci Raffi dan Gigi” periode Februari 2017. Perbedaan lain menggunakan metode teknik dasar teknik sadap. Persamaannya sama-sama menggunakan tindak tutur. Persamaan lain penelitian menggunakan deskripsi kualitatif.

B. Landasan Teori

1. Tindak Tutur

Tindak tutur merupakan satuan analisis di dalam pragmatik. Yule (2006:82) mendefinisikan tindak tutur adalah tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan. Tindak tutur lebih dilihat pada makna atau arti tindakan dalam tuturan. Setiap tindak tutur yang diucapkan oleh seorang penutur memiliki makna atau arti tuturannya. Ada pula menurut Rustono (1999:33) yang menyatakan tindak tutur atau tindak ujar adalah aktivitas mengujarkan atau menuturkan tuturan dengan maksud tertentu (*speech act*).

Austin (dalam Leech, 1993:316) menyebutkan tindak tutur dibagi menjadi tiga, yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi, dan tindak tutur perlokusi.

a. Tindak Tutur Lokusi

Menurut Wijana dan Rohmadi (2011:21), tindak tutur lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu. Lokusi merupakan tindak tutur yang mengucapkan sesuatu dengan kata dan makna kalimat sesuai dengan makna dalam kamus. Di dalam tindak tutur lokusi tidak dipermasalahkan maksud atau fungsi tuturan. Tuturan-tuturan seperti:

(a) “Saya lapar.”

dengan kondisi tanpa dikaitkan dengan maksud atau tujuan tertentu merupakan tindak tutur lokusi. Chaer (2010: 27) menyatakan bahwa tindak tutur lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu sebagaimana adanya atau *The Act Of Saying Something* tindakan untuk mengatakan sesuatu. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa mitra tutur menyampaikan sebuah tuturan kepada penutur hanya untuk menyatakan sesuatu informasi. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tindak tutur lokusi ialah tindak tutur yang dilakukan untuk menyatakan sesuatu. Tuturan yang digunakan jelas dan sama dengan makna yang disampaikan tanpa terikat dengan konteks.

b. Tindak Tutur Ilokusi

Austin (dalam Rustono, 1999:37) menyebut tindak tutur ilokusi adalah tindak melakukan sesuatu. Berbeda dengan lokusi, tindak ilokusi merupakan tindak tutur yang mengandung maksud dan fungsi atau daya tuturan. Tuturan

(a) “Udara panas.”

yang dimaksudkan untuk meminta agar jendela atau pintu dibuka merupakan tuturan ilokusi. Alasannya adalah tuturan itu mengandung suatu maksud, yaitu meminta agar jendela atau pintu dibuka. Adanya maksud yang dapat diidentifikasi dengan bertanya untuk apakah tuturan itu diujarkan merupakan indikator bahwa tuturan itu ilokusi. Searle (dalam Putrayasa, 2014:89-90) mengategorikan tindak tutur ilokusi menjadi lima jenis. Kelima jenis tindak tutur ilokusi menurut Searle adalah sebagai berikut.

1) Tindak Tutur Ilokusi Asertif

Tindak Ilokusi Asertif merupakan tindak ilokusi yang mengikat penutur pada kebenaran tentang yang diungkapkan. Maksudnya saat penutur mendengarkan kebenaran yang ada itulah kebenarannya. Seperti di toko *online* penutur mengucapkan gratis ongkir maka didalam toko *online* tersebut sedang mengadakan promo gratis ongkir jika membeli barang. Gratis ongkir bisa dibuktikan di toko *online* jika pembeli langsung membuka toko *online*. Misalnya menyatakan (menerangkan), mengusulkan (mengajukan usul), memual (omong kosong), mengeluh (menyatakan susah), mengemukakan pendapat (pendapat dari penutur), dan melaporkan (memberitahukan).

2) Tindak Tutur Ilokusi Direktif

Tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindak ilokusi yang bertujuan agar mitra tutur melakukan suatu tindakan yang diinginkan oleh penutur. Maksudnya penutur mengucapkan sesuatu kepada mitra tutur, ucapan tersebut bertujuan agar mitra tutur melakukan apa yang diucapkan penutur. Iklan toko *online* memiliki cara tersendiri agar konsumen tertarik untuk membeli. Salah satunya toko *online* promosi melalui video agar konsumen yang menyaksikan tertarik untuk membeli di toko

online tersebut .Misalnya memerintah (memberikan perintah), memohon (minta dengan hormat), dan memberi nasihat.

3) Tindak Tutur Ilokusi Komisif

Tindak Tutur Ilokusi Komisif Ibrahim (1993:15) mendefinisikan tindak tutur komisif (*comissives*) sebagai tuturan yang mengekspresikan kehendak dan kepercayaan penutur sehingga ujarannya mengharuskannya untuk melakukan sesuatu yang dispesifikasikan dalam isi proposisinya (mungkin dalam kondisi-kondisi tertentu). Tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan di dalam tuturannya. Tindak tutur komisif tersebut dibagi menjadi dua jenis, yaitu *promises* (menjanjikan) dan *offers* (menawarkan). *Promises* (menjanjikan) memiliki fungsi diantaranya mengutuk, *swear that* (bersumpah), *contracting* (berkontrak), *betting* (bertaruh), *guarantee* (menjamin), *surrender* (menyerah), dan *invite* (mengundang). Sedangkan fungsi *offers* (menawarkan) antara lain mengusulkan, *volunteering* (menawarkan pengabdian) dan *bidding* (tawar-menawar) Ibrahim, 1993: 34-35).

4) Tindak Tutur Ilokusi Ekspresif

Tindak tutur ilokusi ekspresif merupakan tindak ilokusi yang mengungkapkan sikap psikologis penutur terhadap suatu keadaan. Maksudnya saat seseorang di puji tentunya orang yang dipuji merasa senang atas ucapan yang didapatkan dan psikologisnya. Seperti konsumen yang berhasil mendapatkan hadiah dari toko *online* yang sedang mengadakan promo. Konsumen yang melihat toko *online* tertentu sedang mengadakan promo besar-besaran tentunya menarik perhatian konsumen agar

berbelanja dan mencoba promo yang disediakan oleh toko *online*. Misalnya mengucapkan selamat (memberikan selamat), dan memuji (penghargaan kepada sesuatu).

5) Tindak Tutur Ilokusi Deklarasi

Tindak tutur ilokusi deklaratif merupakan tindak tutur yang mengakibatkan adanya suatu perubahan setelah terjadi suatu tuturan. Penutur dan mitra tutur dalam jual beli ada yang tidak cocok dengan barang yang dibeli atau membatalkan pembelian setelah sekian lama bercakap-cakap. Perubahan yang diakibatkan bisa saja kecewa awalnya ingin membeli barang namun konsumen membatalkan pembelian. Dari tuturan tersebut mengakibatkan perubahan yang tadinya senang menjadi kecewa. Misalnya mengundurkan diri (menjalankan diri kebelakang), memecat (membebaskan dari pekerjaan), dan mengangkat (pegawai).

c. Tindak Tutur Perlokusi

Austin (dalam Rustono, 1999:38) menjelaskan tuturan yang diucapkan seorang penutur sering memiliki efek atau daya pengaruh. Efek yang dihasilkan dengan mengujarkan sesuatu itulah yang dinamakan tindak perlokusi. Efek atau daya pengaruh itu dapat ditimbulkan oleh penutur secara sengaja maupun secara tidak sengaja. Tuturan seperti “Ada kecelakaan di depan.” memiliki daya pengaruh dari penutur yang ingin memperingatkan mitra tuturnya. Chaer (2010: 28) menyatakan bahwa tindak tutur perlokusi adalah tindak tutur yang mempunyai pengaruh atau efek terhadap lawan tutur atau orang yang mendengar tuturan itu. Maka tindak tutur perlokusi sering disebut sebagai *The Act of Affective Someone* (tindak yang

memberikan efek pada orang lain). Dapat disimpulkan ucapan yang dilakukan penutur mempunyai pengaruh terhadap lawan tutur yang mendengarkan tuturan. Efek yang ditimbulkan oleh penutur secara sengaja maupun secara tidak sengaja.

2. Pengertian Tindak Tutur Ilokusi Komisif

Tindak Tutur Ilokusi Komisif Ibrahim (1993:15) mendefinisikan tindak tutur komisif (*comissives*) sebagai tuturan yang mengekspresikan kehendak dan kepercayaan penutur sehingga ujarannya mengharuskannya untuk melakukan sesuatu yang dispesifikasikan dalam isi proposisinya. Tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan di dalam tuturannya. Dalam iklan toko *online* menawarkan atau mempromosikan kepada konsumen agar membeli di toko *online* tersebut. Misal toko *online* tersebut ulang tahun atau sedang mengadakan diskon besar-besaran, toko *online* tersebut mempromosikan toko dengan membuat video semenarik mungkin yang disiarkan di TV atau diunggah di *YouTube* agar konsumen yang menyaksikan video tertarik ingin membeli di toko *online* tersebut.

3. Jenis Tindak Tutur Komisif

Tindak tutur komisif tersebut dibagi menjadi dua jenis, yaitu *promises* (menjanjikan) dan *offers* (menawarkan). *Promises* (menjanjikan) memiliki fungsi diantaranya mengutuk, *swear that* (bersumpah), *contracting* (berkontrak), *betting* (bertaruh), *guarantee* (menjamin), *surrender* (menyerah), dan *invite* (mengundang). Sedangkan fungsi *offers* (menawarkan) antara lain mengusulkan, *volunteering* (menawarkan pengabdian) dan *bidding* (tawar-menawar) Ibrahim, 1993: 34-35). Berikut akan dijelaskan secara berurutan:

a. *Promises* (Menjanjikan)

Promises (menjanjikan) adalah dalam mengucapkan suatu janji, penutur menjanjikan mitra tutur untuk melakukan seperti yang diucapkannya (Ibrahim, 1993:35). Tutaran dilakukan dalam iklan toko *online*. Didalam iklan penutur secara tidak langsung mengatakan. Penutur mengatakan secara tidak langsung didalam iklan namun penonton setidaknya mengetahui apa yang dimaksud. Pengucapan janji tidak semua ada didalam iklan toko *online*. Penutur sudah tahu kebenarannya sebelum menjanjikan kepada mitra tutur.

b. *Offers* (Menawarkan)

Offer (menawarkan) adalah dalam mengucapkan tawaran, penutur menawarkan sesuatu kepada mitra tutur (Ibrahim, 1993:36). Lebih lanjut, Ibrahim juga mengatakan bahwa tuturan menawarkan bisa diikuti penerimaan, atau penolakan, atau penjabaran lebih lanjut tentang kondisi-kondisi penawaran tersebut (Ibrahim, 1993:287). Menawarkan tidak hanya dalam kehidupan hanya didalam iklan toko *online* juga terdapat. Namun tidak semua penawaran ada di dalam iklan toko *online*. Hanya beberapa saja iklan toko *online* yang terdapat ucapan menawarkan.

4. Fungsi Tindak Tutur Komisif

Suatu tuturan yang terjadi pada kondisi tindakan yang berbeda dapat digunakan untuk mengenal fungsi tuturan tertentu dalam suatu pembicaraan. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, fungsi tuturan-tuturan komisif antara lain: *Promises* (menjanjikan) memiliki fungsi diantaranya mengutuk, *swear that* (bersumpah), *contracting* (berkontrak), *betting* (bertaruh), *guarantee* (menjamin), *surrender* (menyerah), dan *invite* (mengundang). Sedangkan fungsi *offers*

(menawarkan) antara lain mengusulkan, *volunteering* (menawarkan pengabdian) dan *bidding* (tawar-menawar). Berikut akan dijelaskan secara berurutan:

a. *Promises*

1) Mengutuk

Mengutuk berfungsi untuk mengatakan (mengenakan) kutuk kepada seseorang (Ibrahim, 1993: 44). Tuturan mengutuk dapat berupa tuturan menyumpahi, melaknat, dan menyatakan salah atau buruk seseorang. Tuturan yang tidak sopan dapat memicu kata-kata mengutuk. Mengutuk disini ucapan yang tidak baik. Dalam iklan toko *online* jarang sekali terjadi bisa dibilang tidak menemukan kata-kata seperti itu. Dalam jual beli pembeli tidak puas dengan produk yang sudah dibeli lalu pembeli merasa kecewa dan berbicara yang tidak baik kepada penjual.

2) *Swear that* (Bersumpah)

Fungsi *Swear that* (bersumpah) yaitu penutur menyatakan (constative) bahwa penutur menyampaikan kebenaran (Ibrahim, 1995:35). Kebenaran disini penjual sudah mengetahui produk yang akan dijual kualitas bagus. Kebenaran tidak hanya dikehidupan nyata namun di jual beli di toko *online* juga terdapat. Penutur sebelum mengucapkan tuturan pastinya sudah tahu kebenarannya. Kebenaran lain saat pembeli membeli barang dan barang sesuai dengan deskripsi di toko penjual. Pembeli tidak kecewa dengan barang yang sudah dibeli.

3) *Contracting* (Berkontrak)

Contracting (berkontrak) memiliki fungsi yaitu penutur dan mitra tutur membuat janji bersyarat yang disepakati secara mutual dan pemenuhannya

bersifat kondisional berdasarkan kesepakatan masing-masing (Ibrahim, 1993:35). Penutur dan mitra tutur sepakat dengan perjanjian yang dibuat. Kesepakatan bisa terjadi dikehidupan nyata maupun dunia maya. Dengan teknologi sekarang ini perjanjian pembeli dan penjual dapat dilakukan secara *online*. Tidak perlu lagi repot saling bertemu dahulu.

4) **Betting (Bertaruh)**

Betting (bertaruh) memiliki fungsi yaitu penutur berjanji untuk melakukan sesuatu (misalnya, membayar sejumlah uang) apabila peristiwa tertentu terjadi (Ibrahim, 1993:35). Maksudnya penutur dan mitra tutur melakukan perjanjian bertaruh dengan uang, siapa yang menang dalam perjanjian tersebut akan mendapatkan uang yang telah dijanjikan sebelumnya. Perjanjian taruhan dilakukan maka bisa disebut bertaruh, jika gagal atau tidak terjadi maka taruhan batal. Bukan hanya perjanjian uang, perjanjian lain juga bisa disebut bertaruh jika peristiwa terjadi. Bertaruh bisa terjadi dimana saja termasuk di dalam iklan toko *online*.

5) **Guarantee (Menjamin)**

Tuturan *guarantee that* berfungsi untuk menyatakan (*constative*) kualitas sesuatu dan menjanjikan memperbaiki kondisinya apabila x ternyata lemah (Ibrahim, 1993:36). Penjual sebelum menjual barang sudah menjamin produknya bagus. Jika ada konsumen yang tidak puas dengan barang yang diterima pembeli bisa mengembalikan dan diganti barang baru. Dalam aplikasi terdapat pengaturan pengembalian barang. Menjamin kualitas produk hal yang penting untuk penjual agar konsumen puas dan membeli kembali.

6) *Surrender* (Menyerah)

Surrender (menyerah) memiliki fungsi bahwa penutur mengaku (constative) kalah dan berjanji untuk tidak melanjutkan pertempuran (Ibrahim, 1993:36). Dalam tuturan iklan toko *online* ada percakapan penutur menyerah dengan yang terjadi pada dirinya. Penutur tidak percaya diri dalam dirinya sendiri. Ada saja alasan yang diberikan. Bisa juga saat pembeli sudah membeli dan membayar di toko *online* namun penjual tidak merespon barang yang dibeli. Keadaan ini bisa saja terjadi saat penjual tidak *online* dan tidak merespon barang dari pembeli.

7) *Invite* (Mengundang)

Invite (mengundang) memiliki fungsi yaitu penutur memohon (directive) kehadiran mitra tutur dan menjanjikan penerimaan atas kehadirannya (Ibrahim, 1993:36). Mengundang disini bisa juga mengundang para konsumen agar membeli ke tokonya. Dalam tuturan iklan mengundang bisa saja terjadi. Dengan kata-kata yang menarik para konsumen membeli barang di toko *online* tertentu. Kata-kata menarik sangat diperlukan agar konsumen tertarik untuk membeli. Berbagai cara dilakukan penjual agar pembeli tertarik dengan dagangannya dan membeli.

b. *Offers*

1) Mengusulkan

Mengusulkan memiliki fungsi yaitu dalam mengucapkan tuturannya, penutur mengusulkan sesuatu kepada mitra tutur (Ibrahim, 1993:36). Usulan tersebut dapat berupa ide atau gagasan yang dikemukakan oleh penutur. Dalam iklan toko *online* ada iklan yang mengusulkan agar membeli di toko *online* itu saja. Barang

yang disediakan lengkap dan berkualitas. Tuterannya mengusulkan para konsumen membeli. Dilain itu iklan mengusulkan promo yang ada yang toko *online*.

2) *Volunteering* (Menawarkan Pengabdian)

Volunteering (menawarkan pengabdian) memiliki fungsi yaitu penutur menawarkan pengabdiannya (Ibrahim, 1993:36). Calon penjual mendaftarkan toko *online* untuk menjual datagangannya. Agar bisa menjual produk ke masyarakat calon penjual mengisi persyaratan yang sudah ditentukan toko *online* tersebut. Bisa dibilang calon penjual dan toko *online* tertentu berkerja sama. Jika calon penjual sudah mengisi persyaratan yang ada penjual dan toko *online* tertentu sudah bekerjasama.

3) *Bidding* (Tawar-menawar)

Bidding memiliki fungsi yaitu penutur menawarkan untuk memberikan sesuatu (setumpuk uang) sebagai pertukaran sesuatu (Ibrahim, 1993:36). Penjual dan pembeli ada tawar-menawar saat jual beli. Setelah sama-sama cocok ada kesepakatan antara keduabelah pihak untuk langka selanjutnya. Di toko *online* pembeli membayar barang yang dibeli lalu penjual mengirim barang yang sudah disepakati. Tawar-menawar bisa dilakukan didalam pesan antara penjual dan pembeli. Masyarakat zaman sekarang sudah tidak perlu repot harus bertemu secara langsung.

5. Tuturan

a. Pengetian Tuturan

Tuturan (Chaer, 2010: 22-23) tuturan dapat dikatakan realisasi dari bahasa yang bersifat abstrak. Sedangkan (Kridalaksa, 2009: 221) tuturan dapat diartikan

sebagai wacana yang menonjol serangkaian peristiwa dalam serentetan waktu tertentu, bersama dengan patisipan dan keadaan tertentu. Dapat disimpulkan serangkaian tuturan yang diucapkan oleh penutur dapat terjadi dalam waktu, keadaan tertentu berupa realisasi dari bahasa. Tuturan terdapat pada iklan toko *online*. Dengan bahasa dari setiap toko *online* yang ada.

b. Tujuan Tuturan

Menurut Rustono (1999:29) tujuan tuturan adalah apa yang ingin dicapai penutur dengan melakukan tindakan bertutur. Setiap situasi ujaran atau ucapan tertentu mengandung maksud dan tujuan tertentu Tarigan (2015: 33). Dengan kata lain, kedua belah pihak yaitu penulis dan pembaca terlibat dalam suatu kegiatan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Dari beberapa pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap bentuk tuturan yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur mengandung maksud atau tujuan tertentu. Tujuan tuturan tersebut agar mitra tutur memahami tuturan yang disampaikan penutur.

6. Situasi Tutur

a. Pengertian Situasi Tutur

Situasi tutur menurut Rustono (1999:24) adalah situasi yang melahirkan tuturan. Di dalam komunikasi tidak ada tuturan tanpa situasi tutur. Maksudnya penutur mengungkapkan sesuatu kepada mitra tutur yang menghasilkan tuturan. Leech (dalam Wijana dan Rohmadi, 2011:15-17) berpendapat bahwa situasi tutur itu mencakup lima komponen, yaitu penutur dan lawan tutur, konteks tuturan, tujuan tuturan, tuturan sebagai bentuk tindakan atau kegiatan (tindak ujar), dan tindak tutur sebagai produk tindak verbal. Lima komponen sebagai berikut:

b. Komponen Situasi Tutar

1) Penutur dan Lawan Tutar

Aspek-aspek yang berkaitan dengan penutur dan lawan tutur ini adalah usia, latar belakang sosial ekonomi, jenis kelamin, tingkat keakraban, dan sebagainya. Menurut Rustono (1999:27) penutur adalah orang yang bertutar. Sementara itu, lawan tutur atau mitra tutur adalah orang yang menjadi sasaran dari suatu tuturan. Dalam pembicaraan pasti ada penutur dan mitra, seperti penjual dan pembeli tentunya ada yang memulai pembicaraan. Penutur orang yang memulai pembicaraan, sedangkan mitra tutur orang yang diajak berbicara dalam pembicaraan.

2) Konteks Tuturan

Konteks tuturan penelitian linguistik adalah konteks dalam semua aspek fisik atau *setting* sosial yang relevan dari tuturan bersangkutan. Di dalam pragmatik, konteks itu pada hakikatnya adalah semua latar belakang pengetahuan (*background knowledge*) yang dipahami bersama oleh penutur dan lawan tutur. Rustono menyatakan konteks adalah sesuatu yang menjadi sarana pemerjelas suatu maksud (1999:20). Sarana itu meliputi dua macam, yang pertama berupa bagian ekspresi yang dapat mendukung kejelasan maksud dan yang kedua berupa situasi yang berhubungan dengan suatu kejadian. Konteks yang berupa bagian ekspresi yang dapat mendukung kejelasan maksud itu disebut ko-teks (*co-text*). Sementara itu, konteks yang berupa situasi yang berhubungan dengan suatu kejadian disebut konteks (*context*) saja.

Menurut Cummings (2010:37-39) konteks adalah konsep yang luas yang melibatkan unsur fisik, linguistik, epistemis, dan sosial. Konteks fisik meliputi ciri-ciri seperti hari dan waktu bertutar, keberadaan orang lain, latar fisik tempat dilakukannya

pertukaran percakapan tersebut. Konteks linguistik meliputi bahasa yang diujarkan oleh penutur untuk dapat dipahami oleh mitra tutur. Konteks epistemis meliputi uraian latar belakang bersama dan keyakinan antara penutur dan pendengar dalam suatu pertukaran percakapan. Konteks sosial meliputi derajat atau jarak sosial antara penutur dan mitra tutur.

3) Tujuan Tuturan

Menurut Rustono (1999:29) tujuan tuturan adalah apa yang ingin dicapai penutur dengan melakukan tindakan bertutur. Setiap situasi ujaran atau ucapan tertentu mengandung maksud dan tujuan tertentu Tarigan (2015: 33). Dengan kata lain, kedua belah pihak yaitu penulis dan pembaca terlibat dalam suatu kegiatan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Dari beberapa pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap bentuk tuturan yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur mengandung maksud atau tujuan tertentu. Tujuan tuturan tersebut agar mitra tutur memahami tuturan yang disampaikan penutur.

4) Tuturan sebagai Bentuk Tindakan atau Kegiatan

Menurut Leech (2011:20) menyatakan pragmatik berhubungan dengan tindak-tindak atau performansi-performansi verbal yang terjadi dalam situasi dan waktu tertentu. Sedangkan Tarigan (2015:33) pragmatik menggarap bahasa dalam tingkatan yang lebih konkret daripada tata bahasa. Maksudnya, ucapan dianggap sebagai suatu bentuk kegiatan. Berdasarkan beberapa pendapat dapat disimpulkan pragmatik berhubungan dengan tindak-tindak verbal pengucapannya dianggap sebagai suatu bentuk kegiatan. Bentuk kegiatan tindak-tindak yang diucapkan dalam situasi dan waktu tertentu.

5) Tindak Tutur sebagai Produk Tindak Verbal

Leech (2011:20) dalam pragmatik kata tuturan dapat digunakan dalam arti yang lain yaitu, sebagai tindak tutur atau tindak tutur itu sendiri. Sedangkan Tarigan (2015:33) menyebutkan bahwa pengertian lain dari kata ucapan yang dapat dipakai dalam pragmatik, yaitu mengacu pada produk tindak verbal, bukan hanya pada tindak verbal itu sendiri. Menurut Rustono (1999: 30) tuturan merupakan hasil suatu tindakan. Berbicara atau bertutur adalah tindakan verbal. Berdasarkan beberapa pendapat dapat disimpulkan tuturan sebagai tindak verbal yang merupakan tindakan ucapan. Ucapan bisa dilakukan penutur atau mitra tutur dalam melakukan pembicaraan.

7. Iklan Toko Online di YouTube periode Januari-Agustus 2018

a. Pengertian Iklan Toko Online

Iklan disejajarkan dengan konsep *advertising*. *Advertising* menurut Spriengel (dalam Mulyana, 2005:63) merupakan penyampaian informasi tentang barang atau jasa dengan menggunakan media nonpersonal yang dibayar. Selanjutnya, Wright (dalam Mulyana, 2005:63-64) menjelaskan bahwa iklan merupakan proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran, membantu layanan, serta gagasan dan ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang bersifat persuasif. Sebuah industri bisnis dimana penjual dan pembeli barang dilakukan dengan sistem online menggunakan internet. Pembeli bisa membeli barang yang diinginkan kapan pun mereka mau tanpa harus ke toko seperti biasanya. Berbelanja di toko *online* sangat membantu bagi orang yang sibuk tidak bisa membeli barang secara langsung di supermarket, mall dll. Cara mengunduh (mendownload)

aplikasi toko *online* sangat mudah cara yang dilakukan membuka playstore atau appstore lalu mencari nama toko *online*, lalu mengunduh (mendownload) toko *online* atau instal, selanjutnya mendaftar menggunakan gmail, setelah masuk aplikasi pilih barang yang akan dibeli, langkah terakhir membayar. Waktu yang dibutuhkan berbelanja dengan cara *online* lebih efisien dan dalam pembayarannya mudah transfer melalui rekening, jika tidak memiliki rekening bisa membayar melalui alfamart dan indomart terdekat.

b. Jenis-Jenis Iklan

Menurut Omar (dalam Mulyana, 2005:64) iklan dibagi menjadi dua jenis yang dilihat berdasarkan tujuannya, yaitu iklan perniagaan dan iklan pemberitahuan. Iklan perniagaan merupakan iklan yang berkaitan dengan dunia bisnis seperti promosi barang dan jasa. Adapun iklan pemberitahuan atau yang sering disebut dengan iklan layanan masyarakat mencakup hal-hal seperti informasi kesehatan, kehilangan, lowongan pekerjaan, dan sebagainya. Dalam penelitian penawaran barang di *YouTube* periode Januari-Agustus 2018 termasuk iklan perniagaan. Iklan toko *online* perniagaan yang dipasarkan melalui *online*

c. YouTube

Teknologi zaman sekarang sudah canggih termasuknya internet menciptakan berbagai layanan salah satu layanan dari *Google* untuk memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah, menonton, video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Layanan, tersebut lebih dikenal dengan sebutan *YouTube*. Edy Chandra (2017: 407) mengatakan *YouTube* adalah sebuah situs web video

sharing (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh 3 (tiga) karyawan perusahaan *finance online PayPal* di Amerika Serikat. Mereka adalah Chad Hurley, Steve Chen, And Jawed Karim. Nama *YouTube* sendiri terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi *Adobe Flash Video* dan *HTML5* untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan. *YouTube* perusahaan yang mengumpulkan koleksi *user generated content*, memuat ribuan film pendek dan episode televisi, dan ratusan film *full-length*. Melayani lebih dari dua miliar video per hari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagi video online. Lalu Iqbal Rachmat, dkk (2017: 41) juga mengatakan saat ini tayangan yang telah disiarkan oleh stasiun televisi umumnya dapat dengan mudah kita dapatkan pada media sosial terutama *YouTube*. *YouTube* memberikan ruang bagi khalayak untuk mengunggah dan atau mengunduh berbagai bentuk unsur audio visual, hal ini juga dimanfaatkan oleh stasiun televisi. Dengan kemudahan akses yang diberikan *YouTube* menjadi pilihan tempat favorit atau utama saat ini untuk lebih mempopulerkan tayangan-tayangannya.

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *YouTube* merupakan salah satu dari sekian banyak sumber informasi sekaligus media komunikasi yang terdapat di internet. *YouTube* adalah media audio-visual yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk berbagi video populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. Dengan adanya *YouTube*, pemirsa yang tidak sempat menonton acara yang tayang di televisi dapat menontonnya kembali. Video yang ada di *YouTube* bisa di *download* secara gratis. Seperti iklan

toko *online* tersedia di *Youtube*, jadi tidak perlu menunggu iklan toko *online* tayang kembali di TV.

C. Peta Konsep Teori Penelitian

Skripsi yang berjudul Tindak Tutur Komisif dalam Iklan Toko *Online* di *YouTube* Periode Januari-Agustus 2018. Dalam penelitian ini tindak tutur ilokusi komisif ada dua yaitu jenis tindak tutur komisif dan fungsi tindak tutur komisif. Jenis tindak tutur komisif ada dua yaitu *promises* dan *offers*. Fungsi tindak tutur komisif ada pertama *promises* meliputi Mengutuk, *swear that* (Bersumpah), *contracting* (Berkontrak), *betting* (Bertaruh), *guarantee* (Menjamin), *surrender* (Menyerah), *invite* (Mengundang), kedua *offers* meliputi mengusulkan, *volunteering* (menawarkan pengabdian) dan *bidding* (tawar-menawar). Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipetakan dalam bagan 2.1 peta konsep teori penelitian.

Bagan 2.1 Peta Konsep Teori Penelitian

