JENIS TINDAK TUTUR ILOKUSI, FUNGSI, DAN IMPLIKATURNYA DALAM WACANA IKLAN WARUNG MAKAN DI TEGAL

TESIS

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan

oleh

Lyswidia Andriarsih
0202513022

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2016

UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PENGESAHAN UJIAN TESIS

Tesis dengan judul " tindak tutur ilokusi, fungsi dan implikaturnya pada wacana iklan warung makan di Tegal" karya

nama : Lyswidia Andriarsih

NIM : 0202513022

program studi : S-2 Pendidikan Bahasa Indonesia

telah dipertahankan dalam Sidang Panitia Ujian Tesis Program Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang pada hari 10 Juni 2016.

Semarang, 10 Juni 2016

Ketua,

Prof. Dr. H. Achmad Slamet, M.Si.
NIP. 196105241986011001

Sekretaris.

Dr. Ida Zulaeha, M. Hum
NIP. 197001091994032001

Penguji I,

Dr. Haryadi, M.Pd.
NIP. 196710051993031003

Penguji II,

Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M.Hum .
NIP 196707261993031004

Penguji III,

Dr. B. Wahyudi Joko Santoso, M.Hum
NIP 196110261991031001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa yang saya tulis dalam tesis ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tesis ini setelah dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila pernyataan ini tidak benar, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang berlaku yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini.

Semarang, 10 Juni 2016

Lyswidia Andriarsih

Nim 0202513022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Tindak tutur dan implikaturbahasa sebagai dasar tuturannya dapat mempengaruhi konsumen pada wacana iklan.

PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan kepada:

1) Almamaterku, Universitas Negeri Semarang

ABSTRAK

Andriarsih, Lyswidia. 2016. "Jenis Tindak Tutur Ilokusi dan Implikatur dalam Wacana Iklan Warung Makan Tegal". *Tesis*. Magister Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I: Dr. B. Wahyudi Joko Santoso, M.Hum. Pembimbing II: Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M.Hum.

Kata kunci: wacana iklan, tindak tutur ilokusi, fungsi pragmatis tindak tutur ilokusi, dan implikatur WIWMT

Wacana digunakan sebagai media penyampaian pesan, termasuk WIWMT. Maksud yang dituturkan oleh penutur dapat disampaikan secara tersurat maupun tersirat. Secara pragmatis fungsi tuturan merupakan fungsi yang diacu oleh maksud tuturan di dalam pemakaiannya untuk berkomunikasi.

Masalah yang diteliti adalah (1) jenis tindak tutur ilokusi apa yang terdapat dalam wacana iklan warung makan Tegal, (2) fungsi pragmatis tindak tutur ilokusi apa yang terdapat dalam wacana iklan warung makan Tegal, dan (3) apa saja implikatur yang terdapat dalam wacana iklan warung makan Tegal.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan teoretis dan metodologis. Pendekatan teoretis yang digunakan adalah pendekatan pragmatik, sedangkan pendekatan metodologis yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan deskriptif. Data yang digunakan adalah penggalan wacana iklan, pengumpulan data metode simak dan teknik catat. Analisis data dengan metode heuristik. Sumber datanya adalah wacana iklan berupa baliho, spanduk, dan poster di warung makan Tegal dari bulan November 2014 sampai Januari 2015.

Hasil penelitian ini ada tiga yakni 1) jenis tindak tutur ilokusi (1) tindak tutur ilokusi asertif, (2) tindak tutur ilokusi ekpresif, (3) tindak tutur ilokusi komisif, (4) tindak tutur ilokusi direktif, dan (5) tindak tutur ilokusi isbati. Fungsi pragmatis tindak tutur ilokusi yang ditemukan (1) tindak tutur asertif menyatakan ada delapan dan fungsi mengklaim ada dua, (2) tindak tutur ekpresif fungsi menyanjung ada enam, (3) tindak tutur komisif fungsi menawarkan ada tiga dan fungsi menjanjikan ada satu, (4) tindak tutur direktif fungsi merekomendasi ada sepuluh, fungsi menyarankan ada lima, dan fungsi mengajak ada empat, dan (5) tindak tutur isbati fungsi memberi nama ada tiga. Implikatur ditemukan implikatur yang memberi pernyataan dan ajakan.

Berdasarkan temuan tersebut disimpulkan bahwa terdapat tindak tutur ilokusi beserta fungsi pragmatisnya juga implikatur. Ini berarti WIWMT sebagai salah satu bentuk wacana iklan yang menunjukkan adanya interaksi. Adapun saran yang diberikan (1) calon peneliti khusunya bidang bahasa, hendaknya melakukan penelitian secara menyeluruh serta peneliti pada khususnya guna pengembangan kebahasan lebih lanjut, sehingga maksud dan tujuan dalam bertutur yang disampaikan dapat dimengerti oleh banyak pihak, (2) pembaca, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau rujukan sekaligus penambah wawasan tentang fenomena-fenomena bahasa yang terjadi di masyarakat, dan (3) pembuat wacana iklan persuasif hendaknya menggunakan tindak tutur direktif merekomendasi, untuk merekomendasikan tempat, rasa, harga, dan menu yang disajikan berbeda dengan yang lain.

ABSTRACT

Andriarsih, Lyswidia. 2016. "The kind of ilocution Speech Act and Implication in the Discourse of *Warung Makan Tegal* Advertisement". A thesis. Master in Bahasa Indonesia Education Semarang State University. Adviser I: Dr. B. Wahyudi Joko Santoso, M.Hum. Adviser II: Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M.Hum.

Keywords: advertisement discourse, ilocution speech act, ilocution speech act function, and implication DWMTA

A discourse is functioned as a tool of message delivering such as in advertisement. The success of a certain advertisement affects the consumers that can be seen in the dictions used to create an understandable purpose. The purpose that is stated by the speaker may be implicitor explicit. In pragmatic, it is explained that language is not only to inform a certain information.

There are three problems formulated in this research. (1) What kinds of ilocution speech act that are found in the discourse of *warung makan Tegal* advertisement, (2) what function of speech act that are found in the discourse of *warung makan Tegal* advertisement, and (3) What implication that are found in the discourse of *warung makan Tegal* advertisement. The aims of this research are (1) to identify the variations of speech act that are found in the discourse of *warung makan Tegal* advertisement, (2) to describe function of speech act in the discourse of *warung makan Tegal* advertisement, and (3) to describe and discover the implication in the discourse of *warung makan Tegal* advertisement.

This research is a descriptive qualitative research. The data is obtained by collecting, monitoring, and listing some parts of advertisement discourse. The pragmatic matching method is used to analyze the data. The source of the data is the advertisement discourses in billboard, banner, and poster of *warung makan Tegal* from November 2014 to January 2015.

The resultshows kinds of speech act (1) locution speech act, (2) illocution speech act, (3) per locution speech act. The function of illocution speech actcovers (1) assertive speech act, (2) directive speech act, (3) expressive speech act, (4) commission speech act, (5) illocution declaration speech act or. The implication found is (1) declaring, (2) sarcasm, (3) supporting, (4) appreciating, (5) inviting.

Some recommendations are proposed dealing with the results of this research, (1) The next researcher, especially the next linguistic field researcher and generally all researcher, it is needed to conduct more complete research in order to get more development in linguistic field. The more complete research is needed to conduct so that the aim and the purpose of what is spoken can be understood, (2) The readers, the researcher hopes that the findings of this research can be used as the source and reference to the current language phenomenon in society, (3) The discourse creator may maximize the usage of splendid picture or motif. Besides, the critical information should be more emphasized. The discourse creator may enlarge and thicken the font size, or use more contrast colour to help the information more precisely delivered.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Variasi Tindak Tutur dan Implikatur dalam Wacana Iklan Warung Makan Tegal”. Tesis ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan pada Program Pascasarjana Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penulisan tesis ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih pertama kali kepada Dr. B. Wahyudi Joko Santoso, M.Hum (Pembimbing I) dan Dr. Hari Bakti Mardikantoro, M.Hum (Pembimbing II). Ucapan terima kasih penulis sampaikan juga kepada pihak yang telah membantu selama proses penyelesaian studi, di antaranya:

1. Rektor Universitas Negeri Semarang atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menempuh studi di Universitas Negeri Semarang
2. Direktur Program Pascasarjana Uneversitas Negeri Semarang yang telah mmberikan kesempatan serta arahan selama pendidikan, penelitian, dan penulisan tesis ini.

3. Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Program Pascasarjana Universitas Negeri Semarang yang telah memberi kesempatan dan arahan dalam penulisan tesis ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Pascasarjana Unnes, yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu kepada peneliti selama menempuh pendidikan.
5. Bapak, ibu, suami, anakku (Syafiq), dan adikku yang selalu memotivasi.
6. Teman-teman mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Program Pascasarjana Unnes angkatan 2013, terima kasih telah menjadi teman yang baik sampai sekarang.
7. Semua pihak yang telah memberikan motivasi dan membantu penyelesaian tesis ini.

Semoga semua bimbingan, dorongan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan berlipat ganda dari Allah Swt. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pendidikan bahasa di massa yang akan datang.

Semarang, 10 Juni 2016

Lyswidia Andriarsih

DAFTAR ISI

Halaman

PERSETUJUAN TIM PENGUJI DRAF TESIS..... i
PERSETUJUAN PEMBIMBING..... ii
PERNYATAAN KEASLIAN..... iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... iv
ABSTRAK..... v
PRAKATA..... ix
DAFTAR ISI..... xi
DAFTAR PUSTAKA..... xiii
LAMPIRAN..... xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1
1.1 Latar Belakang Masalah..... 1
1.2 Identifikasi Masalah..... 9
1.3 Pembatasan Masalah..... 10
1.4 Rumusan Masalah..... 10
1.5 Tujuan Penelitian..... 11
1.6 Manfaat Penelitian..... 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORETIS..... 12
2.1 Kajian Pustaka..... 12
2.2 Kerangka Teoretis..... 23
2.2.1 Tindak Tutur..... 23
2.2.2 Tindak Tutur Ilokusi..... 24
2.2.2.1 Jenis Tindak Tutur Ilokusi..... 26
2.2.2.1.1 Tindak Tutur Ilokusi Asertif..... 26
2.2.2.1.2 Tindak Tutur Ilokusi Direktif..... 27
2.2.2.1.3 Tindak Tutur Ilokusi Komisif..... 28
2.2.2.1.4 Tindak Tutur Ilokusi Ekpresif..... 29
2.2.2.1.5 Tindak Tutur Ilokusi Deklarasi atau Isbati..... 31
2.2.3 Fungsi Pragmatis Tindak Tutur Ilokusi..... 32
2.2.3.1 Fungsi Asertif..... 32
2.2.3.1.1 Fungsi Menyatakan..... 32
2.2.3.1.2 Fungsi Melaporkan..... 33
2.2.3.1.3 Fungsi Mengklaim..... 33
2.2.3.1.4 Fungsi Membual..... 34
2.2.3.2 Fungsi Direktif..... 35

2.2.3.2.1 Fungsi Menyuruh..... 35

2.2.3.2.2 Fungsi Memerintah..... 36
2.2.3.2.3 Fungsi Mengajak..... 36
2.2.3.2.4 Fungsi Menasehati..... 36
2.2.3.2.5 Fungsi Menyarankan..... 37
2.2.3.2.6 Fungsi Merekomendasi..... 38
2.2.3.3 Fungsi Ekpresif..... 38
2.2.3.3.1 Fungsi Memuji..... 39
2.2.3.3.2 Fungsi Menyanjung..... 39
2.2.3.3.3 Fungsi Mengucapkan Terima Kasih..... 40
2.2.3.3.4 Fungsi Mengkritik..... 40
2.2.3.3.5 Fungsi Menyalahkan..... 41
2.2.3.3.6 Fungsi Mengucapkan Selamat..... 42
2.2.3.3.7 Fungsi Mengeluh..... 42
2.2.3.4 Fungsi Komisif..... 43
2.2.3.4.1 Fungsi Menjanjikan..... 43
2.2.3.4.2 Fungsi Menawarkan..... 44
2.2.3.4.3 Fungsi Bersumpah..... 45
2.2.3.4.4 Fungsi Mengancam..... 45
2.2.3.5 Fungsi Isbati..... 46
2.2.3.5.1 Fungsi memutuskan..... 47
2.2.3.5.2 Fungsi Membatalkan..... 47
2.2.3.5.3 Fungsi Melarang..... 48
2.2.3.5.4 Fungsi Mengizinkan..... 49
2.2.3.5.5 Fungsi Meminta Maaf..... 50
2.2.3.5.6 Fungsi Memberi Nama..... 51
2.2.4 2.2.4 Situasi Tutur..... 51
2.2.4.1 Penutur dan Lawan Tutur..... 51
2.2.4.2 Konteks Tuturan..... 52
2.2.4.3 Tujuan Tuturan..... 53
2.2.4.4 Tuturan Sebagai Bentuk Tindakan atau Aktivitas..... 53
2.2.4.5 Tuturan Sebagai Produk Tindak Verbal..... 54
2.2.5 Implikatur..... 55
2.2.5.1 Jenis Implikatur..... 57
2.2.5.1 Implikatur Konvensional..... 57
2.2.5.2 Implikatur Percakapan..... 58
2.2.5.2.1 Jenis Implikatur Percakpan..... 59
2.2.6 Wacana dan Teks..... 60
2.2.7 Iklan..... 63
2.2.7.1 Tujuan Iklan..... 65
2.2.7.2 Manfaat Iklan..... 66
2.2.7.3 Fungsi Iklan..... 66
2.2.7.4 Jenis Iklan..... 67

BAB III METODE PENELITIAN..... 70
3.1 Pendekatan Penelitian..... 70
3.2 Data dan Sumber Data..... 72
3.3 Metode dan Teknik Penyediaan Data..... 73
3.4 Metode dan Teknik Analisis Data..... 75
3.5 Metode dan Pemaparan Hasil Penelitian..... 77

BAB IV JENIS DAN FUNGSI PRAGMATIS TINDAK TUTUR ILOKUSI, DAN IMPLIKATUR WIWMT..... 78
4.1 Jenis Tindak Tutur Ilokusi dalam WIWMT..... 78
4.1.1 Tindak Tutur Ilokusi..... 78
4.1.1.1 Tindak Tutur Ilokusi Asertif..... 79
4.1.1.2 Tindak Tutur Ilokusi Ekspresif..... 81
4.1.1.3 Tindak Tutur Ilokusi Komisif..... 83
4.1.1.4 Tindak Tutur Ilokusi Direktif..... 85
4.1.1.5 Tindak Tutur Ilokusi Deklarasi atau Isbati..... 87
4.2 Fungsi Pragmatis Tindak Tutur Ilokusi..... 89
4.2.1 Fungsi Asertif..... 89
4.2.1.1 Fungsi Menyatakan..... 90
4.2.1.2 Fungsi Mengklaim..... 92
4.2.2 Fungsi Ekpresif..... 94
4.2.2.1 Fungsi Memuji..... 95
4.2.2.2 Fungsi Menyanjung..... 97
4.2.3 Fungsi Komisif..... 100
4.2.3.1 Fungsi Menawarkan..... 100
4.2.3.2 Fungsi Menjanjikan..... 103
4.2.4 Fungsi Direktif..... 103
4.2.4.1 Fungsi Mengajak..... 104
4.2.4.2 Fungsi Merekomendasi..... 106
4.2.4.3 Fungsi Menyarankan..... 108
4.2.5 Fungsi Isbati..... 112
4.2.5.1 Fungsi Memberi Nama..... 112
4.3 Implikatur..... 115

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 122
5.1 Simpulan..... 122
5.2 Saran..... 123

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan alat komunikasi yang sangat penting. Peranan penting tersebut adalah untuk bekerja sama. Secara umum, dapat dikatakan bahwa bahasa merupakan refleksi budaya bangsa untuk berinteraksi antarsesama dalam masyarakat. Menurut Tarigan (1990:4) menyatakan bahwa bahasa merupakan alat komunikasi vital. Bahasa adalah salah satu pembeda utama antara makhluk yang satu dengan yang lain. Menurut Chaer (2006:1) bahasa juga digunakan oleh penuturnya untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasikan diri.

Pada dasarnya manusia hampir tidak pernah lepas dari peristiwa komunikasi. Pernyataan tersebut didukung dengan dipergunakannya bahasa sebagai alat komunikasi sehari-hari. Dari proses komunikasi akan dihasilkan suatu produk yang berupa ujaran atau tulisan. Rustono (1999:32) mengemukakan bahwa, tindak ujar merupakan kegiatan melakukan tindakan yang mengujarkan tuturan. Jadi tindak tutur merupakan ujaran yang memiliki fungsi sebagai suatu satuan fungsional dalam komunikasi.

Di dalam komunikasi, apabila seseorang ingin menyampaikan sesuatu bertujuan menyakinkan dan memberitahukan sesuatu kepada pendengarnya dengan salah satu cara. Komunikasi yang berwujud tuturan maupun percakapan dilakukan dengan b 1 ai cara untuk menarik masyarakat.

Seorang penutur bebas menggunakan bahasa yang berkembang di masyarakat dan bebas memilih kosakata yang akan digunakan dalam komunikasi. Tujuan pemilihan ini adalah agar mitra tutur dapat dengan mudah menginterpretasikan maksud yang akan disampaikan oleh penutur.

Faktor-faktor penentu dalam berkomunikasi antara lain penutur, mitra tutur, situasi, tujuan pembicaraan, konteks, jalur, media, dan peristiwa. Dengan adanya faktor tersebut, maka tindak tutur merupakan adanya pemahaman bagaimana bahasa itu digunakan dalam komunikasi dan bagaimana fenomena pragmatik tersebut menyelidiki tuturan yang terlihat konteks, bukan yang abstrak dalam komunikasi. Dengan kata lain, pragmatik mengkaji maksud penutur (Rohmadi 2004:2).

Secara pragmatis fungsi tuturan merupakan fungsi yang diacu oleh maksud tuturan di dalam pemakaiannya untuk berkomunikasi antarpenutur. Rustono (1999:29) menyatakan bahwa tujuan tuturan adalah apa yang ingin dicapai penutur dengan melakukan bertutur. Dari tujuan tuturan tersebut maka mitra tutur dapat mengetahui maksud dan fungsi dari penutur tidak hanya berfungsi untuk menginformasikan sesuatu, tetapi dengan bahasa seseorang juga bisa melakukan sesuatu, dan mempengaruhi orang lain. Selain itu juga terdapat lima tindak tutur ilokusi seperti asertif, direktif, ekpresif, komisif, dan isbati beserta fungsi pragmatisnya.

Pada dasarnya tuturan ilokusi mempunyai jenis, fungsi dan tidak ketinggalan adanya suatu maksud dari tuturan tersebut. Tuturan dapat berupa

tuturan secara tulis, misalnya pada wacana iklan warung makan Tegal. Tuturan ilokusi di wacana iklan warung makan Tegal memuat tuturan yang berupa perintah, penawaran, saran, rayuan, ajakan dan lain sebagainya, sehingga tepat untuk diteliti pada wacana iklan warung makan di Tegal. Selain itu, belum ada yang meneliti tentang tindak tutur ilokusi pada wacana iklan warung makan di Tegal.

Menurut Rustono (2000:21) tindak tutur merupakan satuan analisis pragmatik yaitu cabang ilmu bahasa yang mengkaji bahasa dari aspek pemakaian aktualnya. Searle (dalam Rohmadi 2004:29) mengemukakan dalam semua komunikasi terdapat tindak tutur. Ia berpendapat bahwa komunikasi bukan hanya lambang, kata atau kalimat yang berwujud perilaku tindak tutur. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tindak tutur merupakan inti dari komunikasi.

Secara garis besar sarana komunikasi dibagi dua yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal ada dua macam, yaitu sarana komunikasi yang berupa bahasa lisan dan sarana komunikasi yang berupa bahasa tulis, sedangkan komunikasi nonverbal biasanya berbentuk seperti bahas isyarat, ekspresi wajah, sandi, simbol-simbol, pakaian seragam, warna, dan intonasi suara.

Berkaitan dengan komunikasi verbal, wacanapun dibagi menjadi dua macam yaitu wacana lisan dan wacana tulis (Sumarlam 2003:1). Wacana lisan kurang awet karena disampaikan secara lisan, sedangkan wacana tulis

lebih tahan lama. Wacana sebagai dasar dalam pembahasan sangat diperlukan dalam komunikasi. Wacana merupakan tataran bahasa yang lebih luas dari kalimat, wacana memuat rentetan kalimat yang berhubungan atau menghubungkan dengan proposisi yang satu dengan proposisi yang lain serta membentuk kesatuan informasi (Djajasudarma 1994:1). Sudaryat (2009:111) wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang dibentuk dari rentetan kalimat yang kontinuitas, kohesif, dan koheren sesuai dengan konteks situasi. Wacana dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan, contohnya yaitu pada iklan.

Iklan sebagai wacana apabila iklan dilihat sebagai sebuah bentuk media komunikasi dan pemasaran pada produk barang atau jasa. Menurut (Widyatama 2011:31) berpendapat bahwa iklan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal, sehingga pesan disampaikna melalui media perantara. Iklan sebagai berita pesan yang umumnya di pasang di media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Dewasa ini, media cetak yang berupa poster, spanduk, baliho, dan reklame banyak memiliki tujuan salah satunya mempengaruhi mitra tutur. Iklan tersebut diharapkan memiliki daya pikat bagi mitra tutur. Pada media cetak yang berupa wacana tulis ini mempunyai maksud dan fungsi tertentu. Pada saat ini, iklan tidak lagi dipandang sebagai perpaduan tanda semata namun juga dipandang sebagai sebuah bentuk komunikasi yang melibatkan aspek kontekstual di luar unsur tekstual pembentuknya.

Sebagai bentuk wacana, iklan biasanya menggunakan bahasa yang mempengaruhi orang untuk membeli suatu produk, memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, dan menggunakan bahasa yang menarik orang untuk mengetahuinya. Iklan menurut (Jefkins 1997:5) adalah pesan yang diarahkan untuk membujuk orang untuk membelinya. Penggunaan bahasa dalam iklan menjadi salah satu aspek penting bagi keberhasilan iklan. Keberhasilan suatu iklan dalam mempengaruhi konsumen dapat dilihat dari pilihan katanya yang menghasilkan sebuah tuturan yang ditangkap maksudnya. Cara penyampaian pesan yang berbeda-beda tersebut akan dapat membantu dalam pemahaman maksud tuturan sebuah iklan. Oleh karena itu, bahasa iklan selayaknya mampu mempengaruhi orang lain agar tertarik dengan produk yang diiklankan.

Di dalam bahasa iklan terdapat tindak tutur untuk berkomunikasi antarpenutur. Tindak tutur memiliki jenis, fungsi pragmatis dan juga terdapat implikatur yang beragam. Begitu pula dengan penelitian ini, di dalamnya mengandung jenis tindak tutur dan fungsi pragmatis yang baragam pula. Selain tindak tutur dalam penelitian ini juga mengkaji tentang implikatur yang ada dalam wacana iklan warung makan di Tegal.

Implikatur merupakan informasi implisit yang dapat ditentukan berdasarkan suatu tuturan. Implikatur menurut Wijana (1996:38) adalah hubungan antara tuturan dengan yang disiratkan dan tidak bersifat semantik, tetapi kaitannya hanya didasarkan pada latar belakang yang mendasari

proposisinya. Implikatur merupakan suatu konsep yang menerangkan bahwa apa yang diucapkan berbeda dengan apa yang dimaksudkan, dengan kata lain ada makna lain di balik tuturan tersebut. Maksud tuturan tidak selamanya dinyatakan secara eksplisit, namun seringkali diimplikasikan. Dalam hal ini, kandungan implikatur merupakan kunci untuk memahami cara-cara pengutaraan maksud itu.

Secara spesifik, dalam penelitian ini dikaji jenis tindak tutur dan implikatur pada wacana iklan warung makan Tegal. Penyampaian pesan dalam iklan meupakan bentuk tuturan yang direncanakan dan mempunyai tujuan tertentu. Oleh karena itu, penelitian jenis tindak tutur ilokusi, fungsi pragmatis, dan implikatur dalam WIWMT sangat menarik untuk dikaji. Wacana iklan warung makan Tegal, merupakan warung makan yang tempatnya ada di Tegal. Wacana Iklan Warung Makan di Tegal selanjutnya disingkat WIWMT.

Berdasarkan hasil observasi sementara dari beberapa wacana iklan yang terpampang di warung makan di sekitar daerah Tegal, dapat diketahui bahwa bahasa yang digunakan mampu menarik perhatian dan dapat mempengaruhi pembaca untuk menikmati menu makanan yang disajikan. Untuk lebih jelasnya, perhatikan contoh (1) berikut.

KONTEKS: DI DESA ADIWERNA TERDAPAT TEMPAT MAKAN YANG TIDAK PERNAH SEPI DARI PENGUNJUNG, DI DEPAN WARUNG MAKAN TERSEBUT TERPAMPANG SPANDUK WARUNG DENGAN TULISAN YANG MENARIK. SELAIN ITU,

TEMPATNYA YANG STRATEGIS MENJADI SALAH SATU TUJUAN UTAMA PENGUNJUNG.

Contoh wacana (1) dilihat dari tindak tuturnya bahwa sambel layahlah yang pedasnya mampu membuat penikmatnya menangis. Tindak tutur ilokusi adalah makna tersirat pada teks (maksud yang sebenarnya). *Pedasnya bikin nangis* merupakan makna yang tersirat dalam iklan.. Wacana iklan tersebut merupakan tuturan ilokusi jenis asertif dengan modus menyatakan. Makna yang tersirat pada wacana iklan tersebut (maksud yang sebenarnya) adalah produsen ingin memperkenalkan bahwa sambal yang diproduksi (dibuat) benar-benar dibuat dari bahan alami lombok pilihan dengan cita rasa pedas hingga membuat konsumen menangis setelah memakannya, lalu disajikan dalam wadah yang bernama layah. Sambal ini berbeda dengan produksi sambal lain, yang hanya terbuat dari lombok biasa.

Contoh (1) dilihat dari implikaturnya, wacana iklan sambal layah pedasnya bikin nangis adalah bahwa pedasnya yang bikin nangis merupakan konsekuensi sambal layah. Jika bukan sambal layah, tentu pedasnya *tidak bikin nangis*. Di dalam implikatur, hubungan tuturan yang sesungguhnya

dengan maksud tertentu yang tidak dituturkan bersifat tidak mutlak. Pembahasan tentang implikatur mencakup pengembangan teori hubungan antara ekspresi, makna, makna penutur, dan implikasi suatu tuturan. Tuturan sambel layah, *pedasnya bikin nangis* termasuk jenis implikatur konvensional karena diperoleh langsung dari makna kata, bukan dari prinsip percakapan. Hal ini sesuai dengan pendapat Zamzani (2007:28) bahwa implikatur konvensional adalah implikatur yang langsung diperoleh dari kata-kata dan kaidah gramatikal. Contoh pembahasan mengenai implikatur.

Sambel layah, pedasnya bikin nangis.

Konteks pada wacana iklan tersebut menyatakan bahwa menu makan yang disajikan di sambel layah disajikan dengan sambel yang dibuat dengan layah dengan rasa yang sangat pedas, berbeda dengan sambal buatan pabrik maupun yang di blender. Dalam hal ini muncul pernyataan pedasnya bikin nangis. Pernyataan pedasnya bikin nangis memunculkan implikatur sebagai berikut: (1) pembuat iklan menyarankan, sambal layah lebih alami dan aman dibanding bauatan pabrik, (2) pembuat iklan menyatakan sambal yang diblender itu tidak nikmat walaupun pedas, (3) pembuat iklan menawarkan, sambal layah lebih segar dan sedap dibandingkan sambal yang di blender apalagi bauatan pabrik, (4) pembuat iklan mengajak penikmat sambal pedas, maka makanlah di sambal layah.

Berdasarkan uraian di atas, ciri khusus dari bahasa iklan adalah cara penyampaian pesan yang berbeda-beda. Dari cara penyampaian tersebut,

penulis bermaksud meneliti tentang tindak tutur dan implikaturnya dalam wacana iklan. Oleh karena itu, penulis memberikan judul penelitian dengan, “Tindak tutur, Fungsi dan implikaturnya dalam wacana iklan warung makan di Tegal”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat diidentifikasikan beberapa permasalahan yang menarik sebagai berikut (1) jenis tindak tutur yang terdapat di wacana iklan warung makan Tegal, (2) fungsi pragmatis tindak tutur ilokusi yang terdapat di wacana iklan warung makan Tegal, (3) penggunaan implikatur terdapat di wacana iklan warung di Tegal, (4) gaya bahasa yang mendukung kemunculan implikatur, (5) praanggapan dalam wacana iklan warung makan Tegal, (6) fungsi tuturan implikatur WIWMT.

Berbagai jenis wacana iklan yang ada di warung makan Tegal, diklasifikasikan dalam berbagai jenis tuturan lokusi, ilokusi (asertif, direktif, komisif, ekpresif, dan deklarasi atau isbati), dan perlokusi serta penjelasan dan penjabaran kajian tuturan, dan implikatur akan dikaji lebih rinci pada bab empat yang merupakan isi kajian atau hasil pemaparan penelitian WIWMT.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, tidak semua masalah akan dibahas dalam penelitian ini. Permasalahan penelitian ini dibatasi pada:

1) jenis tindak tutur ilokusi apa yang terdapat dalam iklan yang ada di warung makan Tegal
2) bagaimana fungsi pragmatis tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan di warung makan Tegal
3) jenis implikatur apa yang terdapat dalam wacana iklan warung makan Tegal.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1) jenis tindak tutur ilokusi apa yang terdapat dalam Wacana Iklan Warung Makan Tegal?
2) bagaimana fungsi pragmatis tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan di warung makan Tegal?
3) implikatur apa yang terdapat dalam tindak tutur ilokusi pada wacana iklan warung makan Tegal.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan tersebut, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1) menemukan dan mendeskripsikan jenis tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam wacana iklan warung makan Tegal.
2) menemukan dan mendeskripsikan fungsi pragmatis tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan yang ada di warung makan Tegal
3) mendeskripsikan dan menemukan implikatur dalam tindak tutur ilokusi wacana iklan yang ada di warung makan Tegal.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini ada dua, yaitu manfaat teoretis dan praktis.

Manfaat teoretis adalah hasil penelitian ini memperkuat teori yang digunakan, khususnya tentang jenis tindak tutur dan implikatur yang ada dalam bahasa iklan. Selain itu, penelitian ini dapat pengembangan il bahasa. Hasil penelitian ini dapat melengkapi penelitian sebelumnya tentang kajian pragmatik.

Manfaat praktis adalah hasil penelitian ini memperkaya pengetahuan dalam memahami jenis dan fungsi tindak tutur. Bagi pengajaran bahasa indonesia penelitian ini dapat memperkaya bahan pengajaran.