

Tindak Tutur Ilokusi Iklan Layanan Masyarakat Terkait Covid-19 di Televisi (Kajian Pragmatik)

¹Andre Bella

²Munirah

³Akram Budiman Yusuf

¹²³Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

¹andrebella99999@gmail.com

²munirah@unismuh.ac.id

³akrambudimanyusuf@unismuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wujud dan fungsi tindak tutur ilokusi pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi. Masalah dalam penelitian ini bagaimana wujud dan fungsi tindak tutur ilokusi pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi. Jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang menekankan pada penggunaan data yang diperoleh dari obyek penelitian ini yaitu tuturan ilokusi yang ada dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di media televisi. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah segala jenis kata dan kalimat berupa tindak tutur ilokusi yang ada dalam iklan layanan masyarakat terkait Covid-19 di televisi. Teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti melalui beberapa tahapan yaitu ; transkripsi data, mengidentifikasi data, klasifikasi data dan tahap deskripsi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan dua temuan pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu wujud tindak tutur ilokusi dan fungsi tindak tutur ilokusi. Adapun teori yang mendasari pada penelitian ini yaitu teori searle dan dengan menggunakan kajian pragmatik. Wujud tindak tutur ilokusi dalam iklan layanan masyarakat di televisi, peneliti menemukan lima jenis tindak tutur ilokusi yaitu 1) tindak tutur representatif ; memberitahukan, menjelaskan dan menuntut, 2) tindak tutur komisif ; berjanji dan ancaman 3) tindak tutur direktif ; memesan, memerintahkan, memohon, menganjurkan dan menasihatkan, 4) tindak tutur ekspresif ; meminta maaf dan 5) tindak tutur deklaratif ; menamai. Fungsi tindak tutur ilokusi pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat guna untuk menekan penyebaran pandemi virus Covid-19 dan menerapkan protokol kesehatan yang ketat supaya masyarakat Indonesia bisa sehat dan roda perekonomian dapat kembali lancar.

Kata kunci : Tindak tutur, ilokusi, iklan layanan masyarakat dan televisi

Pendahuluan

Aktivitas manusia tidak terlepas dari aktivitas berbahasa. Dalam komunikasi dan interaksi manusia, bahasa mempunyai peranan yang sangat penting. Komunikasi merupakan serangkaian tindak tutur yang digunakan secara sistematis untuk mencapai

tujuan tertentu. Penelitian bahasa tidak hanya dapat dilakukan secara internal atau pada masalah keterbahasaan saja. Bahasa dapat diteliti dari segi gejala-gejala pemakaiannya dalam masyarakat. Belajar bahasa tidak hanya mempelajari pengetahuan tentang bahasa saja, tetapi lebih dari itu bagaimana bahasa dapat digunakan sesuai dengan konteks. Adapun bidang bahasa yang mengkaji bahasa beserta konteksnya disebut pragmatik. Pragmatik merupakan studi terhadap semua hubungan antara bahasa dan konteks (Nuramila, 2020 : 1). Ilmu yang mempelajari bahasa disebut dengan istilah linguistik. Di dalam ilmu linguistik sendiri, kita mengenal beberapa cabang dari ilmu linguistik. Secara umum kita mengenal linguistik mikro dan linguistik makro. Linguistik mikro berbicara mengenai internal bahasa itu sendiri, seperti fonologi, morfologi, sintaksis dan semantik. Sedangkan linguistik makro kita berbicara mengenai hal-hal di luar internal bahasa, seperti sosiolinguistik, pragmatik, psikolinguistik dan beberapa aspek lainnya (Yusri, 2016 : 1). Pada bagian ini, peneliti akan lebih mengkaji mengenai salah satu kajian dalam linguistik makro. Menurut Nuramila (2020 : 1), salah satu kajian dalam linguistik makro adalah pragmatik. Pragmatik pada hakikatnya merupakan studi bagaimana bahasa itu digunakan untuk berkomunikasi. Pragmatik tidak membahas struktur bahasa secara internal, tetapi menelaah makna-makna satuan lingual yang bersifat eksternal.

Pragmatik tidak sekedar mengkaji struktur bahasa, tetapi mencoba melihat hubungan antara bahasa dan tindakan yang dilakukan oleh penuturnya Pragmatik memiliki bidang ilmu kajian yaitu tindak tutur, dalam pandangan Austin (1962), tindak tutur ialah kegiatan menyampaikan maksud melalui tuturan. "Maksud" dalam pandangannya perlu mendapatkan tekanan karena berkaitan dengan tujuan komunikasi (Suhartono, 2020 : 27).

Tindak tutur ilokusi adalah sebagai sebuah tuturan selain berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu dapat juga digunakan untuk melakukan sesuatu. Contoh kalimat, pada iklan layanan masyarakat di media televisi yang terkait dengan Covid-19 "menghadapi pola hidup adaptasi kebiasaan baru dalam bekerja ditengah pandemi Covid-19 khususnya di lingkungan perkantoran, kita wajib mengikuti anjuran pemerintah untuk disiplin menerapkan protokol kesehatan" pada kalimat ini tidak hanya berfungsi untuk menyatakan sesuatu, tetapi juga melakukan sesuatu yakni kita wajib mengikuti anjuran pemerintah untuk disiplin menerapkan protokol kesehatan.

Saat ini dunia sedang dihebohkan oleh pandemi virus covid-19 semua negara berlomba-lomba untuk menghentikan penyebaran virus Covid-19 ini termasuk di Indonesia. Kasus Covid-19 pertama di Indonesia diumumkan langsung oleh Presiden Joko Widodo didampingi Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto. Pengumuman dilakukan di Istana Kepresidenan, Jakarta, pada 2 Maret 2020. Kala itu, Jokowi mengungkapkan, ada dua orang WNI yang terkonfirmasi positif Covid-19. Kasus ini terdeteksi setelah seorang warga Jepang dinyatakan terjangkit virus corona setelah meninggalkan Indonesia dan tiba di Malaysia. (Kompas.Com). Pada bulan Juli 2021 di

saat Indonesia tengah mengalami puncak kasus positif Covid-19 angka kematian meningkat drastis.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka peneliti ingin mengetahui bagaimana wujud dan fungsi tindak tutur ilokusi yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat terkait Covid-19 di televisi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan wujud tindak tutur ilokusi dan fungsi tindak tutur ilokusi dalam iklan layanan masyarakat terkait Covid-19 di televisi. Dengan judul penelitian “Tindak Tutur Ilokusi Iklan Layanan Masyarakat Terkait Covid-19 di Televisi (Kajian Pragmatik).

Penelitian semacam ini sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yaitu : Penelitian yang dilakukan oleh Trian Ramadhan Nuryadin (2020) dalam jurnalnya yang berjudul “Tindak Tutur Pada Pesan Singkat (sms) Layanan Masyarakat Otomatis Oleh Satgas Penanganan Covid-19”. (Nuryadin, 2020a). Penelitian selanjutnya yang pernah dilakukan oleh Icha Krisye Mardiyana Yunita dan Wienike Dinar Pratiwi (2021) dalam jurnalnya yang judul “Analisis Tindak Ilokusi pada Iklan Layanan Masyarakat di Instagram KEMENKES pada Masa Pandemi Covid-19 dan Relevansinya Sebagai Rancangan Bahan Ajar Bahasa Indonesia di SMP”. (Yunita & Pratiwi, 2021). Penelitian lainnya pernah dilakukan oleh Surianti, Muhammad Akhir dan Asis Nojeng (2019) dalam jurnalnya yang judul “Tindak Tutur Ilokusi Sebagai Media Penyampaian Pesan Sosial Pada Iklan Layanan Masyarakat”. (Surianti dkk, 2019).

Berbeda pada penelitian-penelitian sebelumnya, pada penelitian ini peneliti akan meneliti pada iklan layanan masyarakat di media televisi. Alasan peneliti mengambil penelitian ini karena pada penelitian-penelitian sebelumnya masih kurang yang meneliti tentang iklan layanan masyarakat covid-19 di media televisi. Peneliti memilih media televisi sebagai sumber penelitiannya karena media televisi sudah banyak dimiliki oleh semua kalangan masyarakat ini dikarenakan media televisi adalah sebagai media hiburan dan informasi kepada masyarakat.

Metode

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa penelitian deskriptif kualitatif, penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah segala jenis kata dan kalimat berupa tindak tutur ilokusi yang ada dalam iklan layanan masyarakat terkait Covid-19 di televisi. Sumber data yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sumber data mengenai tindak tutur ilokusi yang ada dalam iklan layanan masyarakat terkait Covid-19 di televisi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik rekam, teknik simak, dan teknik catat. Tehnik analisis data yang dilakukan oleh peneliti melalui beberapa tahapan yaitu ; transkripsi data, mengidentifikasi data, klasifikasi data dan tahap deskripsi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan dua temuan pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu wujud tindak tutur ilokusi dan fungsi tindak tutur ilokusi. Adapun teori yang mendasari pada penelitian ini yaitu teori searle dan dengan menggunakan kajian pragmatik.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan Wujud Tindak Tutur Representatif

Data 01 : Tindak tutur representatif

Stasiun TV : TVRI

Judul : Yuk pakai masker!

Presenter wanita : “Hai sudah mulai beraktivitas di luar rumah yah?”

Presenter pria : “Masih nekat tidak menggunakan masker? **Mau tahu** seberapa besar resiko penularan virus corona jika kita tidak menggunakan masker?”

Aspek konteks dalam tuturan di atas adalah presenter televisi sebagai penutur. Sedangkan mitra tutur adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat di televisi. Kemudian aspek fungsi dari kata **mau tahu** tersebut di atas adalah agar masyarakat bisa mengetahui bahwa seberapa besar resiko penularan virus corona jika tidak menggunakan masker.

Data 02 : Tindak tutur representatif

Stasiun TV : TV One

Judul : Kita percaya kita pasti bisa

Pemeran pria: “Pandemi hanya akan pergi bila kita saling peduli sebab bila tidak gelombang baru datang dan pergi, berani mengingatkan orang lain untuk lindungi diri, saling jaga, mau menerima dan rela memberi. Kencangkan lagi maskermu kurangi mobilitas dan hanya untuk yang perlu, rutin olahraga dan vaksinasi lengkap demi imunitasmu kita percaya kita pasti bisa”.

Aspek konteks dalam tuturan di atas adalah pemeran pria (tokoh rekaan dalam iklan) sebagai penutur. Sedangkan mitra tutur adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat di televisi. Kemudian aspek fungsi dari tuturan tersebut di atas adalah untuk mengingatkan kepada masyarakat bahwa pandemi virus covid-19 akan berakhir jika saling peduli dengan cara selalu mematuhi protokol kesehatan dan selalu menjaga kesehatan.

Data 03 : Tindak tutur representatif

Stasiun TV : Tv One

Judul : Mudik

Pemeran wanita: “Gus Gus kamu pulang ini sudah vaksin toh? Vaksin satu, vaksin dua, vaksin booster penting loh itu”.

Pemeran pria : “Gus jangan lupa yah, nanti kalo mampir di tempat umum pakai masker, cuci tangan yang bersih yah. Jangan lupa oleh-olehnya yah”.

Pemeran pria : “Persiapan harus mantap vaksin booster biar lengkap. Ingat mudik aman mudik sehat”.

Aspek konteks dalam tuturan di atas adalah pemeran pria dan pemeran wanita sebagai penutur, Sedangkan mitra tutur adalah Agus (tokoh rekaan dalam iklan). Situasi tuturan ini terjadi pada saat pemeran wanita dan pria menelfon Agus. Kemudian aspek fungsi dari kata **“Gus Gus kamu pulang ini sudah vaksin toh? Vaksin satu, vaksin dua, vaksin booster penting loh itu”, “Gus jangan lupa yah, nanti kalo mampir di tempat umum pakai masker, cuci tangan yang bersih yah” dan Persiapan harus mantap vaksin booster biar lengkap. Ingat mudik aman mudik sehat** pada tuturan tersebut adalah untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa apabila masyarakat yang ingin mudik harus vaksinasi lengkap, gunakan masker dan cuci tangan yang bersih agar mudik aman dan sehat dari virus covid-19.

Data 04 : Tindak tutur representatif

Stasiun TV : Trans 7

Judul : Vaksinasi Covid-19 dapat pulihkan kesehatan dan bangkitkan ekonomi

Pemeran Pria: “Waktu pandemi terjadi ini, kami setiap hari itu tidak ada tamu yang hadir di restoran kami saya mempunyai karyawan sampai saat ini masih mengharapakan dibuka. Tetapi kenyataanya dibuka itu tidak ada orang asing yang belanja begitu karena bali itu harapan satu-satunya cuma industri pariwisata”.

dr. Reisa : “Mari kita taklukan pandemi Covid-19 sukseskan vaksinasi, tetap disiplin protokol kesehatan, terutama tiga M. Memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan. Kesehatan pulih ekonomi bangkit”.

Aspek konteks dalam tuturan di atas adalah pemeran pria dan dr. Reisa sebagai penutur. Sedangkan mitra tutur adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat di televisi. Kemudian aspek fungsi dari tuturan tersebut di atas adalah untuk memberitahukan dan menjelaskan kepada masyarakat bahwa pandemi Covid-19 sangat berdampak menurunnya ekonomi industri pariwisata. Maka dari hal itu untuk membangkitkan dan memulihkan ekonomi industri pariwisata dr. Reisa Broto Asmoro sebagai juru bicara vaksinasi Covid-19, mengajak kepada masyarakat untuk vaksinasi Covid-19 dan disiplin protokol kesehatan terutama tiga M. Memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan.

Data 05 : Tindak tutur representatif

Stasiun TV : Tv One
Judul : Tetap waspada, covid-19 masih ada
Anak laki-laki : “**Pokonya** tahun baru liel mau jalan-jalan”.
Anak perempuan : “Ih, nanti kalo coronanya naik lagi gimana”.

Aspek konteks dalam tuturan di atas adalah anak laki-laki sebagai penutur. Sedangkan anak perempuan sebagai mitra tutur. Kemudian aspek fungsi dari kata **pokoknya** adalah untuk menetapkan sesuatu yang diinginkan agar sesuatu tersebut bisa tercapai.

Wujud Tindak Tutur Komisif

Data 06 : Tindak tutur komisif

Stasiun TV : Trans 7
Judul : Dari kita untuk semua
Pengirim paket : “Halo nak, ayah dapat rezeki ini **nanti** ayah kirimin kuota ya?”

Aspek konteks dalam tuturan di atas adalah pengirim paket sebagai penutur sedangkan seorang anak sebagai mitra tutur. Situasi tuturan ini terjadi pada saat ayah menelfon anaknya.

Data 07 : Tindak tutur komisif

Stasiun TV : Indosiar
Judul : Bersama melawan corona, jangan sebar hoax!
Presenter TV : “Para pelaku penyebar hoax seputar isu Corona ditangkap pihak kepolisian. Dan akan dihukum karena sudah meresahkan”.

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah presenter tv sebagai penutur. Sedangkan mitra tutur adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat di televisi. Kemudian aspek fungsi dari tuturan presenter tv tersebut di atas adalah suatu kata ancaman yang digunakan oleh presenter tv kepada para pelaku penyebar hoax jika mereka menyebarkan seputar isu Corona yang tidak diketahui kredibilitasnya maka akan ditangkap oleh pihak kepolisian dan akan dihukum karena sudah meresahkan.

Wujud Tindak Tutur Direktif

Data 08 : Tindak tutur direktif

Stasiun TV : R TV
Judul : Ingat pesan ibu tiga m
Ibu : “Oh iya Ger ibu kirim barang tuh tapi **jangan lupa jaga jarak**”
Ibu : “Loh kamu mau kemana?”

Kemudian aspek fungsi dari kata **nanti** dalam tuturan tersebut di atas adalah suatu kata perjanjian karena dalam tuturan tersebut seorang ayah berjanji kepada anaknya bahwa nanti akan mengirimkan kuota.

- Gery : “Aku mau pergi belanja ke minimarket Bu”
Ibu : “**Ingat pakai masker**”
Ibu : “Loh kamu kok di kantor”
Gery : “Aku di rumah kok Bu, kan wfh Bu”
Ibu : “Udah waktunya jam makan siang loh, tapi ingat pesan ibu **jangan lupa cuci tangan**”. “I love you Ger”.

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah Ibu sebagai penutur sedangkan Gery sebagai mitra tutur. Situasi tuturan ini terjadi pada saat ibu menelfon Gery. Kemudian aspek fungsi dari kata **jangan lupa jaga jarak, ingat pakai masker** dan **jangan lupa cuci tangan** pada tuturan Ibu di atas adalah suatu kalimat untuk menasihatkan agar selalu menjaga protokol kesehatan.

Data 09 : Tindak tutur direktif

- Stasiun TV : R TV
Judul : Jangan egois
Anak : “**Pah, jangan sampai bawa pulang virusnya yah**”
Bapak : “Iya sayang”.

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah Anak sebagai penutur sedangkan bapak sebagai mitra tutur. Situasi tuturan ini terjadi pada saat bapak mau berangkat kerja. Kemudian aspek fungsi dari kata **Pah, jangan sampai bawa pulang virusnya yah** adalah suatu kalimat pesan anak kepada bapaknya bahwa jika bapaknya nanti sudah sampai di tempat kerjanya harus menjaga kesehatan dan mengikuti protokol kesehatan, agar bapaknya nanti jika balik ke rumah tidak terkena virus covid-19 dan anaknya juga dapat terhindar dari penyebaran virus covid-19.

Data 10 : Tindak tutur direktif

- Stasiun TV : Kompas TV
Judul : Kita saling jaga
Presiden Jokowi: “Buat warga yang harus keluar rumah untuk **wajib** memakai masker, semua yang keluar rumah harus pakai masker!”

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah presiden Jokowi sebagai penutur. Sedangkan mitra tutur adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat. Kemudian aspek fungsi dari kata **wajib** pada tuturan presiden Jokowi di atas adalah suatu kalimat perintah kepada masyarakat jika keluar rumah agar selalu memakai masker.

Data 11 : Tindak tutur direktif

Kode : C2.2 Memerintahkan

Stasiun TV : TVRI

Judul : Wajib memakai masker

Presiden Jokowi: “Bapak-ibu, saudara-saudara, saat ini semua **wajib** pakai masker. Kita pasti bisa menghadapi pandemi ini Indonesia pasti bisa”.

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah presiden Jokowi sebagai penutur. Sedangkan mitra tutur adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat. Kemudian aspek fungsi dari kata **wajib** pada tuturan presiden Jokowi di atas adalah suatu kalimat perintah kepada masyarakat agar selalu memakai masker supaya penyebaran virus covid-19 dapat terhenti.

Data 12 : Tindak tutur direktif

Stasiun TV : Net

Judul : Nikahkan masker dan vaksin

Pemeran wanita: “**Mohon** doa restunya Pak, Bu hari ini aku menikahkan masker dan vaksin”.

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah pemeran wanita (tokoh rekaan dalam iklan) sebagai penutur. Sedangkan Bapak dan Ibu adalah sebagai mitra tutur. Kemudian aspek fungsi dari kata **mohon** pada tuturan pemeran wanita tersebut di atas adalah untuk memohon doa restu kepada bapak dan ibunya agar masker dan vaksin bisa digunakan sebagai imunitas tubuh supaya dapat kuat dalam menghadapi virus covid-19.

Data 13 : Tindak tutur direktif

Stasiun TV : TV One

Judul : Lima langkah penyebaran virus corona

dr. Kuntjoro: “**Anjurkan** yang sakit ke dokter”

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah dr. Kuntjoro sebagai penutur. Sedangkan mitra tutur adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat. Kemudian aspek fungsi dari kata **anjurkan** pada tuturan dr. Kuntjoro di atas adalah suatu kata untuk menganjurkan apabila ada orang yang sakit maka dianjurkan ke dokter.

Data 14 : Tindak tutur direktif

Stasiun TV : R TV

Judul : Jangan Egois

Ibu : “Pulang jam berapa nak? Kok maskernya nggak dipakai?”

Anak : “Iya, ini aku lagi makan-makan sama teman”

Ibu : “Hati-hati yah, kamu yang abai jangan sampai ibu yang menuai”.

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah Ibu sebagai penutur sedangkan Anak sebagai mitra tutur. Situasi tuturan ini terjadi pada saat Ibu menelfon anaknya. Kemudian aspek fungsi dari tuturan dialog Ibu di atas adalah untuk memberikan nasihat kepada anaknya agar selalu memakai masker supaya anaknya bisa terhindar dari virus covid-19 dan juga Ibunya tidak terpapar virus covid-19.

Wujud Tindak Tutur Ekspresif

Kode : D1.1 Meminta maaf

Stasiun TV : TV One

Judul : Tidak mudik

Gery : “Bu **maaf** ya, lebaran kali ini kita tidak bisa pulang lagi”

Ibu : “Iya, nggak apa-apa kok yang penting kalian sehat-sehat ya disana”.

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah adalah Gery sebagai penutur sedangkan Ibu sebagai mitra tutur. Situasi tuturan ini terjadi pada saat Gery menelfon Ibunya. Kemudian aspek fungsi dari kata **maaf** pada tuturan Gery di atas adalah suatu kata untuk meminta maaf karena lebaran kali ini Gery tidak bisa pulang sehingga Gery meminta maaf kepada Ibunya. Hal ini disebabkan karena pandemi Covid-19 masih meningkat maka dari itu untuk menekan penularan Covid-19 pemerintah Indonesia mengajak masyarakat untuk tidak mudik.

Wujud Tindak Tutur Deklaratif

Stasiun TV : TVRI

Judul : Yuk pakai masker dengan baik dan benar

Pemeran pria: “Kalian tau ngga? Obat anti-covid itu udah ada sejak dulu. Hampir gratis, ada dimana-mana dan sangat mudah digunakan. **Obat itu namanya : masker**”.

Aspek konteks pada tuturan di atas adalah pemeran pria (tokoh rekaan dalam iklan) sebagai penutur. Sedangkan mitra tutur adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat. Kemudian aspek fungsi dari kata **obat itu namanya : masker** adalah untuk menamakan suatu obat anti-covid yaitu masker.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan dua temuan pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu wujud tindak tutur ilokusi dan fungsi tindak tutur ilokusi. Adapun teori yang mendasari pada penelitian ini yaitu teori searle dan dengan menggunakan kajian pragmatik. Panggabean (n.d. : 25) di dalam bukunya yang berjudul “Pragmatik” mengemukakan bahwa menurut Searle (1980:16), mengklasifikasikan tindak ilokusi berdasarkan berbagai jenis yaitu representatif, komisif, direktif, ekspresif dan deklaratif.

Ilokusi adalah apa yang penutur hendak maksudkan dengan ujarannya, yaitu apa maksud yang terkandung di dalam ujaran yang dituturkan, atau apa fungsi dari kata-kata yang dituturkan, atau apa tujuan tertentu yang terdapat di dalam benak penutur.

Tindak tutur representatif adalah tindak tutur yang berfungsi untuk menetapkan atau menjelaskan sesuatu apa adanya. Tindak tutur ini, seperti menyatakan, melaporkan, memberitahukan, menjelaskan, mempertahankan, menolak, mengeluh, menuntut dan lain-lain. Berdasarkan dari pengertian tindak tutur representatif di atas, maka peneliti akan membahas beberapa fungsi dari tindak tutur representatif yaitu 1) memberitahukan, fungsi dari kata memberitahukan adalah untuk memberitahukan/menginformasi kepada masyarakat bahwa pandemi covid-19 tingkat penyebaran virusnya masih tinggi maka untuk menghentikan penyebaran virus covid-19 masyarakat diberikan informasi agar selalu mematuhi protokol kesehatan seperti memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan.

Adapun wujud tindak tutur representatif/memberitahukan yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu adalah pada kata **“mau tahu”**. fungsi dari kata **“mau tahu”** adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat agar masyarakat bisa mengetahui bahwa seberapa besar penyebaran virus covid-19 jika tidak menggunakan masker.

Wujud tindak tutur representatif/memberitahukan selanjutnya yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kalimat **“Pandemi hanya akan pergi bila kita saling peduli sebab bila tidak gelombang baru datang dan pergi, berani mengingatkan orang lain untuk lindungi diri, saling jaga, mau menerima dan rela memberi. Kencangkan lagi maskermu kurangi mobilitas dan hanya untuk yang perlu, rutin olahraga dan vaksinasi lengkap demi imunitasmu kita percaya kita pasti bisa”**. Adapun fungsi pada tuturan tersebut di atas adalah untuk mengingatkan kepada masyarakat bahwa pandemi virus covid-19 akan berakhir jika saling peduli dengan cara selalu mematuhi protokol kesehatan dan selalu menjaga kesehatan.

Wujud tindak tutur representatif/memberitahukan selanjutnya yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kalimat **“Gus Gus kamu pulang ini sudah vaksin toh? Vaksin satu, vaksin dua, vaksin booster penting loh itu”, “Gus jangan lupa yah, nanti kalo mampir di tempat umum pakai masker, cuci tangan yang bersih yah” dan “Persiapan harus mantap vaksin booster biar lengkap. Ingat mudik aman mudik sehat”**. Adapun fungsi pada tuturan tersebut di atas adalah untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa apabila masyarakat yang ingin mudik harus vaksinasi lengkap, gunakan masker dan cuci tangan yang bersih agar mudik aman dan sehat dari virus covid-19..

Wujud tindak tutur representatif/menjelaskan yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi adalah **“Waktu pandemi terjadi ini, kami setiap hari itu tidak ada tamu yang hadir di restoran kami saya mempunyai karyawan sampai saat ini masih mengharapkan dibuka. Tetapi kenyataanya dibuka itu tidak ada orang asing yang belanja begitu karena bali itu harapan satu-**

satunya cuma industri pariwisata". Adapun fungsi pada tuturan tersebut di atas adalah untuk memberitahukan dan menjelaskan kepada masyarakat bahwa pandemi Covid-19 sangat berdampak menurunnya ekonomi industri pariwisata.

Fungsi dari tindak tutur representatif yaitu 3) menuntut yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi adalah untuk menetapkan sesuatu keinginan agar keinginan tersebut dapat tercapai.

Wujud tindak tutur representatif/menuntut yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi adalah yaitu pada kata "pokoknya". Fungsi dari kata "pokoknya" adalah untuk menetapkan suatu keinginan agar keinginan tersebut dapat tercapai.

Tindak tutur komisif adalah tindak tutur yang berfungsi untuk mendorong pembicaraan melakukan sesuatu, seperti berjanji, bernazar, bersumpah, ancaman, memanjatkan (doa) dan lain-lain. Dari pengertian tersebut hal ini sejalan dengan penemuan peneliti mengenai tindak tutur komisif. Berdasarkan tindak tutur komisif peneliti menemukan ada 2 macam tuturan yang digunakan pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu 1) berjanji dan 2) ancaman.

Fungsi dari kata 1) berjanji adalah suatu kalimat perjanjian atau menyatakan kesanggupan untuk berbuat sesuatu. Wujud tindak tutur komisif/berjanji yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kata "**nanti**". Fungsi dari kata "**nanti**" adalah suatu kalimat perjanjian.

Fungsi dari kata 2) ancaman adalah suatu kalimat untuk mengancam seseorang agar tidak melakukan sesuatu. Adapun wujud tindak tutur komisif/ ancaman yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kalimat "**Para pelaku penyebar hoax seputar isu Corona ditangkap pihak kepolisian. Dan akan dihukum karena sudah meresahkan**". Fungsi pada kalimat tersebut adalah untuk mengancam seseorang yang menyebarkan berita hoax seputar isu Corona yang tidak diketahui kredibilitasnya maka akan ditangkap oleh pihak kepolisian dan akan dihukum karena sudah meresahkan.

Wujud tindak tutur direktif/memesan yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kalimat "jangan lupa jaga jarak, ingat pakai masker dan jangan lupa cuci tangan". Fungsi dari kalimat tersebut adalah suatu kalimat pesan untuk mematuhi protokol kesehatan.

Wujud tindak tutur direktif/memesan selanjutnya yaitu pada kalimat "Pah, jangan sampai bawa pulang virusnya yah". Fungsi dari kalimat tersebut adalah untuk membirakan suatu pesan agar bapak tersebut tidak membawa pulang virus Coronanya yaitu dengan cara selalu menerapkan protokol kesehatan pada saat di luar rumah.

Fungsi dari kata 2) memerintahkan adalah suatu kalimat perintah untuk melakukan sesuatu. Wujud tindak tutur direktif/memerintahkan yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kata "wajib". Adapun fungsi pada kata "wajib" adalah suatu kata perintah yang harus dilakukan dan tidak boleh tidak dilaksanakan.

Fungsi dari kata 3) memohon adalah suatu kata untuk berharap sesuatu agar sesuatu tersebut dapat terkabulkan. Adapun wujud tindak tutur direktif/memohon yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kata "mohon". Fungsi dari kata "mohon" adalah suatu kata berharap agar mendapatkan sesuatu.

Fungsi dari kata 4) menganjurkan adalah suatu kata untuk mengusulkan atau menyarankan. Adapun wujud tindak tutur direktif/menganjurkan yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kata "anjurakan". Fungsi dari kata "anjurakan" adalah suatu kata untuk mengusulkan atau menyarankan sesuatu.

Fungsi dari kata 5) menasihatkan adalah suatu kata untuk memberikan nasihat agar orang yang diberikan nasihat tersebut dapat menjadi lebih baik. Adapun wujud tindak tutur direktif/menasihatkan yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kalimat "Pulang jam berapa nak? Kok maskernya nggak dipakai?" "Hati-hati yah, kamu yang abai jangan sampai ibu yang menuai". Fungsi dari kalimat tersebut adalah suatu kalimat untuk selalu memakai masker dan saling melindungi supaya orang disekitarnya tidak terpapar virus covid-19.

Tindak tutur ekspresif yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk mengekspresikan perasaan dan sikap. Tindak tutur ini berupa tindak meminta maaf, berterimakasih, mengucapkan selamat, memuji, mengkritik, mengampuni, menyalahkan, menyatakan belasungkawa dan sebagainya. Dari pengertian tersebut hal ini sejalan dengan penemuan peneliti mengenai tindak tutur ekspresif. Berdasarkan tindak tutur ekspresif peneliti menemukan ada 1 macam tuturan yang digunakan pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kata meminta maaf.

Fungsi dari kata meminta maaf adalah suatu cara yang dilakukan untuk menunjukkan rasa hormat dan empati terhadap seseorang yang dirugikan. Adapun wujud tindak tutur ekspresif/meminta maaf yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kata "maaf". Fungsi dari kata "maaf" adalah suatu cara untuk bersikap sopan dan menunjukkan rasa empati kepada seseorang yang dirugikan.

Tindak tutur deklaratif yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk memantapkan sesuatu yang dinyatakan, misalnya menyerahkan diri, memecat, membebaskan, memberi nama, menamai, mengucilkan, mengangkat, menunjuk, menentukan, menjatuhkan hukuman, menvonis dan sebagainya. Dari pengertian tersebut hal ini sejalan dengan penemuan peneliti yang mengenai tindak tutur deklaratif. Berdasarkan tindak tutur deklaratif peneliti menemukan ada 1 macam wujud tuturan yang digunakan pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu pada kalimat "obat itu namanya : masker". Fungsi dari kalimat "obat itu namanya : masker" adalah untuk menamakan suatu obat anti-covid yaitu masker.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai wujud dan fungsi tindak tutur ilokusi peneliti menemukan bahwa tindak tutur ilokusi berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu tidak hanya itu tindak tutur ilokusi juga dapat digunakan

untuk melakukan sesuatu. Berdasarkan dari pendapat peneliti sejalan dengan teori searle (1980:16) yang mengatakan bahwa tindak tutur adalah teori yang mencoba mengkaji makna bahasa yang didasarkan pada hubungan tuturan dengan tindakan yang dilakukan oleh penuturnya. Kajian tersebut didasarkan pada pandangan bahwa (1) tuturan merupakan sarana untuk berkomunikasi, dan (2) tuturan baru memiliki makna jika direalisasikan dalam tindak komunikasi nyata, misalnya membuat pernyataan, pertanyaan, perintah dan permintaan. (Hj. Iswah Adriana, S.Ag, 2018: 18).

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya di jurnal yakni Penelitian yang dilakukan oleh (Sudipa, 2021) dengan judul “Tindak Tutur Dalam Iklan Animasi Penanggulangan Covid-19 oleh Prefektur Kyoto”. Terdapat ada persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sudipa, 2021) yakni persamaannya adalah dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan ilmu kajian bahasa yaitu pragmatik. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitiannya jika penelitian ini objek penelitiannya adalah iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya objek penelitiannya adalah iklan animasi penanggulangan covid-19 oleh prefektur kyoto.

Penelitian yang dilakukan oleh (Surianti dkk, 2019) dengan judul “Tindak Tutur Ilokusi Sebagai Media Penyampaian Pesan Sosial Pada Iklan Layanan Masyarakat”. Terdapat ada persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh (Surianti dkk, 2019) yakni persamaannya dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan ilmu kajian bahasa yaitu pragmatik dengan jenis ilmu kajiannya adalah ilokusi. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitiannya jika penelitian ini objek penelitiannya adalah iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya objek penelitiannya adalah iklan layanan masyarakat di kabupaten soppeng.

Penelitian dilakukan oleh (Astuti & Sauri, 2021) dengan judul “Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Covid-19: Filsafat Bahasa J. L. Austin”. Terdapat ada persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astuti & Sauri, 2021) yakni persamaannya dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama mengambil fenomena yang sedang terjadi yakni virus covid-19. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat pada teori yang digunakan, jika penelitian ini teori yang digunakan adalah teori Searle (1980:16). Sedangkan teori yang digunakan pada peneliti sebelumnya adalah teori J. L. Austin

Simpulan

Wujud tindak tutur ilokusi dalam iklan layanan masyarakat di televisi, peneliti menemukan lima jenis tindak tutur ilokusi yaitu 1) tindak tutur representatif, 2) tindak tutur komisif, 3) tindak tutur direktif, 4) tindak tutur ekspresif dan 5) tindak tutur deklaratif. Dalam tindak tutur representatif ada tiga tuturan yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi yaitu memberitahukan, menjelaskan dan menuntut. Tindak tutur komisif ada dua tuturan yang ditemukan yaitu berjanji dan ancaman. Tindak tutur direktif ada lima tuturan yang ditemukan yaitu memesan, memerintahkan, memohon, menganjurkan dan menasihatkan Tindak tutur ekspresif ada satu tuturan yang ditemukan yaitu meminta maaf. Dan pada tindak tutur deklaratif ada satu tuturan yang ditemukan yaitu menamai. Fungsi tindak tutur ilokusi pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat guna untuk menekan penyebaran pandemi virus Covid-19 dan menerapkan protokol kesehatan yang ketat supaya masyarakat Indonesia bisa sehat dan roda perekonomian dapat kembali lancar.

Daftar Pustaka

- Adriana, I. (2018). *Pragmatik* (A. Aziz (Ed.)). Pena Salsabila.
- Asep Abbas Abdullah. (2013). *Metode Penelitian Bahasa*. (Online). ([https://digilib.uinsby.ac.id/20118/1/Metode penelitian bahasa.pdf](https://digilib.uinsby.ac.id/20118/1/Metode_penelitian_bahasa.pdf), diakses 6 Januari 2022, pukul 8.00 WITA).
- Astuti, G. W., & Sauri, S. (2021). Tindak Tutur Ilokusi Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Covid-19: Filsafat Bahasa Jl Austin. *Diglosia: Jurnal Pendidikan, Kebahasaan, Dan Kesusastraan Indonesia*, 5(1). (Online). (<http://jurnal.unma.ac.id/index.php/dl/article/view/2648/2174>, diakses 7 Januari 2022, pukul 11.00 WITA).
- BBC News. (n.d.). (Online). (<https://www.bbc.com/indonesia/media-58454221>, diakses 16 Januari 2022, pukul 20.33 WITA).
- Fitri Lestari, D. (2021). Praanggapan dalam Tindak Tutur Tayangan “Bocah Ngapa(K) Ya” di Trans 7. *Pesona*, 7(2), 137–147. (Online). (file:///C:/Users/HP/Downloads/Praanggapan_Dalam_Tindak_Tutur_Tayangan_Bocah_Ngap (1).pdf, diakses 9 Januari 2022, pukul 9.00 WITA).
- Haeril Amir, Y. T. (2021). Pengaruh Covid-19 Kepada Masyarakat. *Prosiding Hasil Pengabdian Masyarakat Tahun 2021*, 1–5. (online). (https://scholar.google.co.id/scholar?q=Pengaruh+Covid-19+Kepada+Masyarakat+pdf&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart, diakses 7 Januari 2022, pukul 10.00 WITA).
- Indrawati, W. (2020). Membantu Masyarakat Mencegah Wabah Covid-19. *Adalah Buletin Hukum & Keadilan*, 4(1), 145–150. (Online) (file:///C:/Users/HP/Downloads/15579-45632-1-PB (1).pdf, diakses 9 Januari

2022, pukul 10.00 WITA).

Kompas.com.(n.d.). (Online). (<https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/28/060100865/perjalanan-pandemi-covid-19-di-indonesia-lebih-dari-100.000-kasus-dalam-5?page=all>). (Diakses 16 Januari 2022, pukul 20.36 WITA).

Nuramila. (2020). *Kajian Pragmatik Tindak Tutur Dalam Media Sosial* (1st ed.). Dr. Abdul Rahman H., M.T., C.T. (Online). (<https://osf.io/pmn2j>), diakses 7 Januari 2022, pukul 13.05 WITA).

Nuryadin, T. R. (2020). Tindak Tutur Pada Pesan Singkat (SMS) Layanan Masyarakat Otomatis Oleh Satgas Penanganan Covid-19. *Metahumaniora*, 10(3). (Online). (<https://doi.org/10.24198/metahumaniora.v10i3.31051>, diakses 5 Januari 2022, pukul 8.00 WITA).

Panggabean, S. (n.d.). (Online). (*Pragmatik*. Pragmatik_Probasasindo_UHN 71. http://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/3932/DIKTAT_PRAGMATIK.pdf?sequence=1&isAllowed=y, diakses 5 Januari 2022, pukul 8.00 WITA).

Prastowo, A. (2016). *Memahami Metode-Metode Penelitian* (M. Sandra (Ed.); 3rd ed.). Ar-Ruzz Media.

Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat* (I. Adwitya (Ed.); 1st ed.). Andi.

Saputra, R. R. (2020). *Bahasa Indonesia* (F. A. Irawan (Ed.); 1st ed.). Poliban Press.

Sudipa, M. H. D. (2021). Tindak Tutur Dalam Iklan Animasi Penanggulangan Covid-19 Oleh Prefektur Kyoto. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (Semnalisa)*. (Online) (<https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/semnalisa/article/view/2355/1784>, diakses 7 Januari 2022 pukul 11.00 WITA).

Suhartono. (2020). *Pragmatik Konteks Indonesia* (M. . Murni Fidiyanti (Ed.); 1st ed.). Graniti. (Online) (http://repository.unesa.ac.id/sysop/files/2020-06-28_Book_suhartono_2.pdf, diakses 7 Januari 2022 pukul 16.00 WITA).

Suparman. (2021). Interferensi Bahasa Tae Terhadap Bahasa Indonesia. *TELAGA BAHASA*, 9(1), 100.

Surianti dkk. (2019). Tindak Tutur Ilokusi Sebagai Media Penyampaian Pesan Sosial Pada Iklan Layanan Masyarakat. *Celebes of Linguistics Journal*, 1 No. 2. (Online). (https://library.unismuh.ac.id/uploaded_files/temporary/Digital_Collection/MmRhMWRlMjRiZThlNzQxNTY0ZWQ0MDA1ZmNlOGVjYzYz3M2VhN2QxNA=.pdf, diakses 5 Januari 2022, pukul 13.00 WITA).

Yuliantoro, A. (2020). *Analisis Pragmatik* (N. Herawati (Ed.); 1st ed.). Unwidha Press. (Online) (http://repository.unwidha.ac.id/2104/1/BUKU_Analisis_Pragmatik_PAK_AGUS.pdf, diakses 5 Januari 2022, pukul 9.30 WITA).

Yunita, I. K. M., & Pratiwi, W. D. (2021). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Layanan Masyarakat di Instagram KEMENKES Pada Masa Pandemi Covid-19 dan

Relevasinya Sebagai Rancangan Bahan Ajar Bahasa Indonesia Di SMP. *Jurnal Educatio*, 7(3), 1205–1212. (Online). (<https://ejournal.unma.ac.id/index.php/educatio/article/view/1383/912>, diakses 5 Januari 2022, pukul 10.00 WITA).

Yusri. (2016). *Ilmu Pragmatik Dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa* (1st ed.). Deepublish (Cv Budi Utama).