

## Tindak Tutur Asertif pada Iklan di Trans TV

Hastuti<sup>1\*</sup>, Sudarmaji<sup>2</sup>, Eva Liana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>STKIP PGRI Bandar Lampung

<sup>1\*</sup>[hastuti@stkipgribl.ac.id](mailto:hastuti@stkipgribl.ac.id), <sup>2</sup>[sudarmajiastri21@gmail.com](mailto:sudarmajiastri21@gmail.com),

<sup>3</sup>[lianaeva232@gmail.com](mailto:lianaeva232@gmail.com)

**Abstrak:** Tindak tutur ilokusi sering digunakan dalam bahasa sehari-hari seperti yang dilakukan manusia saat berbicara. Fokus penelitian ini adalah penggunaan tindak tutur ilokusi dalam bahasa iklan di stasiun televisi, analisis dan interpretasi tindak tutur ilokusi dan tuturan dalam setiap tindak tutur ilokusi, serta iklan makanan dan minuman di Trans Tv. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif, dan jenis penelitian tindak tutur jenis asertif. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah dengan menyimak dan mencatat percakapan lisan dalam video iklan makanan dan minuman bahasa tulis penelitian. Hasil penelitian ditemukan ada 40 data yang termasuk tindak tutur ilokusi jenis asertif.

**Kata Kunci:** tindak tutur, ilokusi, asertif

**Abstract:** Illocutionary speech acts are often used in everyday language as humans do when speaking. The focus of this research is the use of illocutionary speech acts in advertising language on television stations, analysis and interpretation of illocutionary speech acts and utterances in each illocutionary speech act, as well as food and drink advertisements on Trans Tv. This research approach is qualitative, and the type of speech act research is assertive. The data collection method for this research is by listening to and recording spoken conversations in written language research video advertisements for food and drinks. The research results found that there were 40 pieces of data including assertive type illocutionary speech acts.

**Keywords:** speech act, illocutionary, assertive

### PENDAHULUAN

Ungkapan atau maksud yang disampaikan oleh orang yang berbicara disebut komunikasi. Ada saat-saat ketika orang yang mendengar tidak benar-benar mengerti apa yang ingin dikatakan pembicara. Penutur dan pendengarnya adalah salah satu dari banyak variabel yang mempengaruhi hal ini. Studi linguistik dalam kajian pragmatik dapat digunakan untuk memahami maksud yang disampaikan oleh si penutur. Menurut Yule (2014), kajian

pragmatik akan membantu kita memahami makna seseorang dengan lebih baik. Kajian pragmatik berfokus pada bagaimana orang berbicara.

Austin (dalam Purba, 2014) membedakan tiga jenis tutur kata: (1) lokusi adalah tutur kata yang menanyakan sesuatu; dan (2) ilokusi adalah tutur kata yang diberikan kepada lawan bicara untuk menyarankan, meyakinkan, atau memberi tahu mereka untuk melakukan apa yang diucapkan. Searle (dalam Nadar, 2009) mengklasifikasikan tindak tutur ilokusi menjadi lima jenis. Berikut ini adalah lima jenis tuturan yang menunjukkan fungsi: Asertif seperti membuat (*hypothesis*), menyarankan (*suggest*), bersumpah (*swear*); Direktif seperti memerintah (*command*), meminta (*request*), mengundang (*invite*); Komisif seperti mengusahakan (*undertake*), berjanji (*promise*), mengancam (*threaten*); Ekspresif seperti berterimakasih (*thanks*), mengucapkan selamat (*congratulate*), menyambut (*welcome*); Deklarasi seperti menyatakan (*declare*), meminta (*request*) Dengan berbicara, Anda dapat memengaruhi orang lain. Teori tindak tutur dapat dibangun dengan menggunakan iklan. Iklan adalah iklan yang dibuat dengan maksud tertentu. Diharapkan pernyataan tersebut akan disampaikan oleh mitra tutur.

Tindak tutur ditunjukkan dalam tuturan yang terdiri dari kalimat yang memiliki arti dan referensi tertentu. Setiap tuturan mengandung kalimat yang membantu orang berkomunikasi satu sama lain. Pike (berdasarkan Suhardi, 2013) menyatakan bahwa kalimat deklaratif lebih lengkap daripada kalimat imperatif dan interogatif karena kalimat perintah biasanya tidak memiliki unsur tersapa atau pihak yang diperintah. Sama halnya, kalimat interogatif akan lengkap jika disertai dengan jawabannya. Searle (dalam Rahardi, 2007: 72) membagi tindak tutur ilokusi ke dalam lima kategori. Setiap kategori memiliki tujuan komunikasi yang berbeda. Kelima kategori ini adalah ucapan deklaratif, komisif, ekspresif, direktif, dan asertif. Setiap jenis tindak tutur memiliki tujuan tertentu (Leech, 1993: 164).

Media televisi dipilih karena merupakan media massa elektronik yang paling berhasil dan banyak menarik simpati masyarakat. TV adalah jenis media audiovisual yang berbeda dari jenis media lainnya. Media cetak memiliki kualitas visual yang lebih tinggi, sedangkan media audio memiliki kualitas suara yang lebih tinggi. TV menang dalam keduanya. Hampir setiap rumah di Indonesia saat ini memiliki TV yang dapat dihidupkan selama 24 jam untuk menerima siaran dari berbagai stasiun televisi. Akibatnya, media televisi dianggap memiliki kekuatan informatif yang lebih besar daripada media lainnya, dan dampaknya pun lebih besar.

Iklan televisi menampilkan berbagai macam produk, seperti produk kesehatan, kecantikan, dan jasa, antara lain. Namun, jika kita memperhatikan iklan yang sering muncul atau yang bersaing dengan program televisi, kita

akan melihat bahwa sebagian besar menampilkan produk kosmetik atau perawatan kecantikan untuk wanita. Iklan produk kecantikan menggunakan tindak tutur ilokusi seperti asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklarasi, yang berarti menginformasikan, mengajak, menawarkan, dan sebagainya. Iklan tersebut menarik perhatian pelanggan karena kalimatnya yang menarik dan meyakinkan. Televisi adalah salah satu cara periklanan disiarkan. Iklan televisi menggunakan kemampuan mereka untuk membangun citra untuk memperkenalkan barang, jasa, atau himbauan dengan tujuan menarik perhatian pemirsa agar bertindak sesuai dengan keinginan penyampai pesan.

Menurut penjabaran tersebut, peneliti tertarik untuk mempelajari tindak tutur yang digunakan dalam iklan di televisi karena penggunaan bahasa yang menarik dan konteks yang digunakan dalam iklan dapat menarik perhatian penonton untuk produk yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bentuk dan jenis tindak tutur asertif yang digunakan dalam iklan produk di televisi swasta.

## **KAJIAN TEORI**

### **Teori Tindak Tutur**

Tindak tutur adalah gejala individual yang bersifat psikologis dan terdiri dari sepeinggal tutur yang dihasilkan dari interaksi sosial, yang mencakup apa yang dibicarakan dan bagaimana orang berbicara. Menurut Cummings (dalam Thamimi & Wiranti, 2019: 156), tindak tutur merupakan fenomena klinis praktis yang menonjol. Menurut Chaer (2004:15), tindak tutur adalah komponen pragmatik yang melibatkan pembicara dan pendengar, atau penulis dan pembaca, serta apa yang dibicarakan, tentu saja tanpa mengabaikan situasi lain yang terjadi selama tindak tutur. Bahasa memiliki fungsi emotif untuk menjadi personal atau pribadi dari perspektif penutur. Maksudnya, penutur menyatakan pendapatnya tentang apa yang diucapkannya. Penutur tidak hanya mengungkapkan emosi mereka melalui bahasa, tetapi mereka juga menunjukkan emosi mereka dalam ucapan mereka. Pendengar juga dapat menentukan apakah si penutur sedih, marah, atau gembira dalam hal ini.

Searle (dalam Rusminto, 2010:22) mengatakan bahwa "tindak tutur" adalah pendekatan yang bertujuan untuk mempelajari makna bahasa dan didasarkan pada hubungan antara tuturan dan tindakan yang dilakukan oleh orang yang berbicara. Didasarkan pada gagasan bahwa (1) tuturan adalah alat untuk berkomunikasi dan (2) tuturan dianggap bermakna jika digunakan dalam tindakan komunikasi nyata, seperti membuat pernyataan, pertanyaan, perintah, dan permintaan. Dengan demikian, tindakan adalah karakteristik tuturan dalam komunikasi yang diasumsikan bahwa seseorang melakukan sesuatu saat merealisasikan tuturan atau wacana, atau melakukan tindakan.

Tindak tutur adalah konsep dalam linguistik pragmatik yang mengacu pada jenis pernyataan atau tindakan komunikatif yang dilakukan oleh pembicara melalui ucapannya. Istilah ini berasal dari bahasa Indonesia yang menggambarkan tindakan yang dilakukan melalui ujaran atau perkataan. Contohnya adalah meminta, menyatakan, menegur, mengucapkan selamat, atau mengancam. Dalam berkomunikasi, kita tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga melakukan tindakan sosial atau bertindak sesuai dengan konteks dan tujuan komunikasi kita.

### **Tindak Ilokusi**

Tindak ilokusi, yaitu pengucapan suatu pernyataan, tawaran, janji, pertanyaan, dan sebagainya, ini erat hubungannya dengan bentuk-bentuk kalimat yang mewujudkan suatu ungkapan. Sejalan dengan ini Wijana (2020: 22) mengatakan bahwa ilokusi adalah sebuah tuturan selain berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu, dapat juga dipergunakan untuk melakukan sesuatu.

Kalimat (a) bila diutarakan oleh seseorang kepada temannya yang baru saja merayakan ulang tahun, tidak hanya berfungsi untuk menyatakan sesuatu, tetapi juga melakukan sesuatu, yakni meminta maaf. Kalimat (b) yang biasa ditemui di pintu pagar tahu dibagian depan rumah pemilik anjing tidak hanya berfungsi untuk membawa informasi, tetapi untuk memberi peringatan. Akan tetapi bila ditujukan kepada pencuri, tuturan itu mungkin pula diutarakan untuk menakut-nakuti. Kalimat (c) bila diucapkan oleh seorang lelaki kepada pacarnya, mungkin berfungsi untuk menyatakan kekaguman atau kegembiraan. Akan tetapi, bila diutarakan oleh seorang ibu kepada anak lelakinya, atau seorang istri kepada suaminya, kalimat ini dimaksudkan untuk menyuruh atau memrintah agar sang suami memotong rambutnya.

Dari contoh yang dipaparkan di atas, jelaslah bahwa tindak ilokusi sangat sukar diidentifikasi karena terlebih dahulu harus mempertimbangkan siapa penutur dan lawan tutur, kapan dan di mana tindak tutur itu terjadi, dan sebagainya. Dengan demikian, tindak tutur ilokusi merupakan bagian sentral untuk memahami tindak tutur seseorang. Searle (dalam Tarigan, 2015:47-48) membagi tindak ilokusi ke dalam lima kategori yaitu, asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklarasif.

### **Tindak Tutur Asertif**

Searle (dalam Tarigan, 2015:42) mendefinisikan tindak tutur asertif sebagai tindak tutur yang melibatkan pembicara dalam kebenaran proposisi yang diekspresikannya. Contoh tindak tutur asertif termasuk menyatakan, memberi tahu, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, dan

menuntut. Menurut Yule (2014: 92), tindak tutur representatif adalah jenis tindak tutur yang menunjukkan pendapat penutur kasus. Pernyataan suatu fakta, penegasan, kesimpulan, dan pendeskripsian, seperti yang digambarkan dalam tuturan, merupakan contoh dunia sebagai suatu yang diyakini oleh orang yang meng gambarkannya. Dengan menggunakan representatif, penutur mengaitkan kata-kata dengan dunia (keyakinannya).

Tindak tutur asertif adalah jenis tindak tutur yang digunakan untuk menyatakan atau menyampaikan informasi, keyakinan, atau pernyataan tentang sesuatu. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan informasi yang dianggap benar atau valid menurut pengetahuan atau keyakinan pembicara. Contoh tindak tutur asertif termasuk menyatakan fakta, memberikan pendapat, mengemukakan hipotesis, atau membuat klaim atas suatu hal. Misalnya, "Hari ini adalah hari Senin" atau "Saya percaya film itu bagus." Tindak tutur asertif bertujuan untuk memberikan informasi atau menyatakan sesuatu yang dapat diterima atau dipertimbangkan oleh pendengar.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meneliti ilokusi tindak tutur dalam bahasa iklan di stasiun Televisi yang dengan teknik menyimak dan catat. Teknik analisis data yang digunakan ialah teori milik Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2018) dengan model analisis interaktif (*Interactive Model of analysis*). Tahap analisis Pertama, yaitu mengumpulkan data berupa iklan di televisi. Kedua, mencatat secara detail dan akurat hal yang ditemukan dalam tindak tutur pada iklan produk. Ketiga, memaparkan data yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami data. Keempat, yaitu penarikan simpulan dari data yang sudah diperoleh sebelumnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Tindak tutur asertif adalah jenis tindak tutur di mana orang menyatakan bahwa apa yang mereka katakan benar, seperti mengatakan, memberi tahu, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, dan menuntut. Hasil data yang ditemukan pada iklan makanan dan minuman berjumlah 40 data. Data tersebut yaitu; beng-beng, sari wangi, drink beng-beng, kopi kapal api, cerelac, nutrisari, milo, le minerale, vidoran, adam sari, susu SGM, Enegern jahe, CDR, Palmia, sirup abc, teh gelas, pediasure, bebelac, protecal, zee, welmove, gilus, chitato, pop mie, roma malskit coklat, Chispy Cracker, maria gold, tanggo, royco, nutrijel, sarimi, palmia, biskuit, Koko Kronch, Indomi Hype ABIS, better, mie gelas, wafflo, Chogolito, dan super mie.

## **Pembahasan**

Hasil analisis data oleh peneliti dari penelitian ini, telah diperoleh sejumlah data dan berikut ialah penjabaran hasil analisis data.

### **Data 1. Lee Mineral**

Konteks: Seorang wanita dan laki-laki duduk di pantai dan minum air minerale dengan rasa yang berbeda, manis dan segar, sebagai bukti perlindungan mineralnya.

Tuturan :

A: Air pergunungan itu segarnya beda ya.

B: Di balik jernihnya air penggunaan le minerale terkandung anugerah air mineral alami yang diperlukan tubuh sehari-hari. kandungan mineral alami mudah hilang jika tidak dilindungi. le minerale memproteksinya dengan minerale protection system agar keseegarannya terjadi utuh hingga ke tangan anda

C: Iya le minerale segarnya beda

A: Kayak ada manis-manisnya

B: Le minerale beda segarnya, bukti terlindungi mineralenya

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, dan melaporkan. Dari definisi tersebut dari tuturan di atas diklasifikasikan ke dalam tindak tutur ilokusi karena tuturan tersebut diutarakan untuk memberitahukan sesuatu. Tindak tutur asertif melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya. Dikatakan Tuturan merupakan tindak tutur ilokusi asertif disebabkan oleh;

- a. karena sesuai dengan tuturan yang disampaikan dalam iklan, yang bermaksud memberitahukan darimana air le mineral berasal dan memberitahukan bagaimana rasa le mineral. Tuturan memberitahukan bahwa air le mineral berasal dari pergunungan memiliki rasa segar yang berbeda dengan air lain. Tuturan "Air pergunungan itu segarnya beda ya" juga bermaksud memberitahukan bahwa le mineral berasal dari air pergunungan.
- b. karena sesuai dengan maksud dari tuturanya, yang memberitahukan bagaimana rasa dari air le mineral.
- c. memberitahukan bahwa air le mineral memiliki rasa yang ada manis-manisnya, rasa yang berbeda dari air mineral lainnya. Tuturan "Kayak ada manis-manisnya" juga bermaksud memberitahukan bahwa rasa air le mineral ada rasa manis-manisnya dengan arti bahwa air le mineral sangatlah enak dan berbeda dari air mineral lainnya.

- d. memberitahukan bahwa air le mineral memiliki rasa segar yang berbeda dan membuktikan bahwa kandungan mineralnya masih tersimpan di airnya.

Pada Kalimat di atas berkategori tindak tutur ilokusi asertif, tuturan tersebut menginformasikan kepada audiens bahwa le minerale berasal dari pegunungan dengan rasa segar dan terasa manis. Kalimat tersebut juga berfungsi memyarakankan agar kita merasakan rasa yang berbeda dari minuman lainnya. Analisis data ini serupa dalam dengan hasil penelitian Sulistyadi (2013) pada tuturan Tuturan yang berbunyi “Elang Malindo rak dhaerah perumahan tentara kana? Cedhak omahku. Ora adoh saka kene.” Elang Malindo bukannya daerah perumahan tentara? Dekat rumahku. Tidak jauh dari sini.” merupakan tuturan asertif yang berupa kalimat tanya. Keasertifan yang muncul saat itu adalah pemberitahuan yang diucapkan oleh Pawestri. Peristiwa tersebut terjadi saat Pawestri memasrahkan Abror kepada seorang Perawat, kemudian Pawestri memberitahukan kepada Perawat bahwa Elang Malindo adalah perumahan tentara. Kalimat tuturan tersebut memiliki fungsi untuk menginformasikan sesuatu kepada mitra tutur.

## **Data 2. Energen Jahe**

Konteks: Anak laki-laki dan anak perempuan seorang bapak yang ingin pergi kerja sedang berada di meja makan di dalam rumah. Seorang anak perempuan dan anak laki-laki bertanya kepada bapak apakah mereka sudah membawa masker dan sanitizer. Tiba-tiba, ibunya Data mengirimkan energi, yang meminta bapak, anak laki-laki, dan perempuannya meminumnya untuk menjaga kekuatan tubuh.

Tuturan :

A: Masker?

B: Sanitizer?

C: Udah dong

D: Jangan lupa juga pelindung dari dalam energen jahe dengan jahe merah asli bantu jaga daya tahan tubuh

C: Ahhh you new normal tubuh daya tahan extra

D: Energen jahe

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, dan melaporkan. Dari definisi tersebut tuturan di atas dapat diklasifikasikan ke dalam tindak tutur ilokusi karena tuturan tersebut diutarakan untuk memberitahukan sesuatu. Tuturan tersebut merupakan tindak tutur ilokusi asertif karena sesuai dengan pengertiannya

tindak tutur asertif melibatkan pembicara pada ekspresi yang disampaikan. misalnya: memberitahukan, yang bear bahwa tuturan tersebut bermaksud untuk memberitahukan atau memberi informasi seperti pada tuturan;

- a. memberitahukan bahwa si penutur sudah memiliki semua barang-barang yang ditanya mitra tuturnya. Tuturan “energen jahe dengan jahe merah asli bantu jaga daya tahan tubuh” memberitahukan bahwa energen jahe terbuat dari jahe merah.
- b. memberitahukan bahwa energen jahe terbuat dari jahe merah asli. Energen juga dapat menjadi pelindung daya tahan tubuh. Tuturan “energen jahe dengan jahe merah asli bantu jaga daya tahan tubuh” memberitahukan bahwa energen jahe terbuat dari jahe merah.

Pada Kalimat di atas berkategori tindak tutur ilokusi asertif, tuturan tersebut menginformasikan kepada audiens bahwa jahe merah membantu menjaga daya tahan tubuh. Kalimat tersebut juga berfungsi memyarankan agar kita menjaga daya tahan tubuh kita dengan mengkonsumsi energen jahe merah. Analisis data ini serupa dalam dengan hasil penelitian Sulistyadi (2013) peristiwa terjadi pada sore hari didalam RS Yadika Pondok Bambu. Tuturan diucapkan oleh Pawestri (penutur) kepada Arumdalu (lawan tutur) ketika Pawestri memasrahkan Abror kepada perawat Arumdalu, tuturan berfungsi memberitahukan. Berdasarkan tujuan tuturan adalah Pawestri memberitahukan bahwa Elang Malindo itu daerah perumahan tentara. Selain itu juga ditandai dengan kalimat “Elang Malindo rak dhaerah perumahan tentara kana” „Elang Malindo bukannya daerah perumahan tentara?“ untuk memperjelas fungsi tuturan memberitahukan.

### **Data 3. Palmia**

Konteks: Di dapur, seorang ibu bernyanyi bersama anak-anaknya sambil memasak kue adonannya yang sempurna yang dicampur dengan palmia; keluarganya memakan kue lembut dengan sayur-sayur lain.

Tuturan :

A: Margarannya palmia yang lengkapnya almia, rasa mentapnya palmia, adonan kembang, sempurna ya palmia

B : Waah

A: Lembut rasanya, palmia margarin, masak anget

C: Enaknya rek palmia

A: Margarin aroma lebih harum, margarannya

D: Palmia mergarin ciptakan rasa yang waw di setiap masakan

Situasi : Seorang laki-laki yang berdiri yang rapi

A: Buk, anak yang gampang sakit kalau gizi bipolarnya cukup , minuman nesla ideal baru nasie minuman dengan bernutrisi, bantu w minuman



gizi nutristrong setiap hari, cuman 2000.

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, dan melaporkan. Dari definisi tersebut tuturan di atas dapat diklasifikasikan ke dalam tindak tutur ilokusi karena tuturan tersebut diutarakan untuk memberitahukan sesuatu. Tuturan tersebut merupakan tindak tutur ilokusi asertif karena sesuai dengan pengertiannya yang merupakan tuturan dengan maksud untuk memberitahukan rasa dari palmia dan kegunaanya antara lain:

- a. memberitahukan bahwa Margarinnya Palmia yang lengkapnya alami, rasa mentapnya palmia, adonan kembang, sempurna ya palmia.
- b. memberitahukan bahwa Palmia memiliki kegunaan untuk membuat adonan menjadi kembang, artinya bisa dijadikan bahan campuran untuk membuat adonan kue, roti dan makanan yang memerlukan margarin.
- c. memberitahukan rasa dari Palmia dan kegunaanya.
- d. memberitahukan bahwa Margarinnya palmia memiliki rasa yang sangat enak. Tuturan "Enaknya rek palmia" memberitahukan bahwa Palmia memiliki rasa yang enak.
- e. memberitahukan kepada penonton tentang rasa palmia yang enak, artinya sangat cocok untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

Pada Kalimat di atas berkategori tindak tutur ilokusi asertif, tuturan tersebut menginformasikan kepada audiens bahwa dengan Palmia adonan akan menjadi lebih baik, lebih mengembang dan cita rasa yang enak. Kalimat tersebut juga berfungsi memyarankan agar menggunakan margarin Palmia dalam memasak. Analisis data ini serupa dalam dengan hasil penelitian Sulistyadi (2013) dengan tuturan yang berbunyi "Dhirektur rak ora ana, kowe rak ngerti? Apa wis ana kangsen arep ketemu dina iki, jam iki?". Direktur bukannya tidak ada, kamu tidak tahu? Apa sudah janji bertemu hari ini, jam ini?" merupakan tuturan asertif yang berupa kalimat tanya. Keasertifan yang muncul saat itu adalah pemberitahuan yang diucapkan oleh Aji Kartika. Peristiwa tersebut terjadi saat Darminta mengantarkan tamu dari sekolah setir mobil kepada Direktur Utama, kemudian Aji Kartika memberitahukan kepada Darminta bahwa Direktur Utama sedang tidak ada di tempat.

#### **Data 4. Sirup ABC**

Konteks: Seorang suami istri dan anak laki-laki sedang di dekat meja makan, rindu dengan anak perempuannya.

Tuturan :

A: Sinta enggak bareng kita?

B: Sinta kemana ya

C: Hay gays

B: Kangen masak bareng sinta deh

C: Mama

B: Masak bareng mama lagi yuk, dari dulu hingga sekarang tiap Rhomadan selalu ada rasa yang ingin di kenang.

A,C: Alhamdulillah

B: ABC pilihan keluarga 1975 untuk kebersamaan Rhomadan.

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, dan melaporkan. Dari definisi tersebut tuturan di atas dapat diklasifikasikan ke dalam tindak tutur ilokusi karena tuturan tersebut diutarakan untuk memberitahukan sesuatu. Tuturan tersebut juga termasuk tindak tutur ilokusi asertif karena sesuai dengan pengertiannya tindak tutur asertif yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: memberitahukan antara lain:

- a. memberitahukan bagaimana perasaannya.
- b. memberitahukan bahwa si penutur merasa rindu dengan masakan ibunya.

Pada Kalimat di atas berkategori tindak tutur ilokusi asertif, tuturan tersebut menginformasikan kepada audiens bahwa perasaan rindu terhadap ibu dan masakannya. Kalimat tersebut juga berfungsi sebagai pemberitahuan. Analisis data ini serupa dalam dengan hasil penelitian Sulistyadi (2013) dengan tuturan diucapkan oleh Aji Kartika (penutur) kepada Darminta (lawan tutur) pada saat Darminta mengantarkan tamu, tuturan berfungsi memberitahukan. Berdasarkan tujuan tuturan adalah Aji Kartika memberitahukan bahwa Direktur tidak ada di kantor kepada Darminta. Selain itu juga ditandai dengan kalimat "Dhirektur rak ora ana, kowe rak ngerti?". "Direktur bukannya tidak ada, kamu tidak tahu?" untuk memperjelas fungsi tuturan memberitahukan. Kata-kata yang digunakan dalam tuturan singkat dan lugas menggunakan ragam bahasa yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari dan tuturan disampaikan dengan situasi yang serius.

## **SIMPULAN**

Tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan,

memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut. Bentuk tindak tutur yang peneliti temukan tersebut adalah memberitahukan. Dari hasil temuan data diperoleh 40 tindak tutur ilokusi jenis asertif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chaer, Abdul. (2004). *Linguistik Umum. Perspektif Jender dan Jabatan*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Leech, Geoffrey. (1993). *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: UI Press.
- Nadar, F. (2009). *Pragmatik & Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purba, A. (2014). Tindak Tutur Dan Peristiwa Tutur. *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 1 (1).
- Rahardi, Kunjana. (2007). *Berkenalan dengan Ilmu Bahasa Pragmatik*. Malang: Dioma.
- Rusminto, Nurlaksana Eko. (2010). *Analisis Wacana; Kajian Teoritis dan Praktis*. Bandar Lampung. Universitas Lampung
- Suhardi. (2013). *Sintaksis*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Kualitatif dan R D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyadi. (2013). Tindak Tutur Asertif Dalam Novel Pawestri Tanpa Idhenti Karya Suparto Brata. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta
- Tarigan. H. G. (2015). *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Thamimi, dkk. (2019). Semitok Dalam Novel Surat Kecil Untuk Tuhan Karya Agnes Davonar. *Jurnal Pendidikan Bahasa*. Vol 5. No 1.
- Wijana, I. Dewa Putu. (2020). *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta. Andi Yogyakarta
- Yule, G. (2014). *Pragmatik*. Yogyakarta: Oxford University Press.