



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Artikel 8
Assignment title: Daroe Iswatiningsih 2
Submission title: Tutaran Ilokusi pada Iklan Shopee di Youtube Tayangan Des...
File name: i_Iswatiningsih_Sudjalil_-_Tutaran_Ilokusi_pada_Iklan_Shope...
File size: 148.87K
Page count: 11
Word count: 4,525
Character count: 28,252
Submission date: 17-May-2024 03:19PM (UTC+0700)
Submission ID: 2381737291

Dinamika: Volume 5 (2) 2022
Jurnal Bahasa, Sastra, Pembelajarannya
e-issn 2715-8381

Tutaran Ilokusi pada Iklan Shopee di Youtube
Tayangan Desember 2021-Januari 2022

Firlana Izaty*, Daroe Iswatiningsih & Sudjalil
Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia
firlana.rekafra@gmail.com, iswatiningsih.iswatiningsihdaroe@gmail.com, sudjalil_63@yahoo.com

Dikirim: 16 Mei 2022 Direvisi: 20 Juli 2022 Diterima: 23 Juli 2022 Diterbitkan: 28 Agustus 2022

ABSTRACT

This article will describe the form and function of illocutionary speech in Shopee ads on YouTube. This research is a type of qualitative research with the descriptive method and uses a pragmatic approach. The source of the data in this study is the Shopee ad video obtained from the Shopee YouTube account. The data were collected by using the documentation technique and taking notes freely, then the data in the research analyzed was reduced, presented the data, and concluded. The results showed that Shopee's advertising speech on YouTube was dominated by assertive function speech. In addition to these speeches, other forms of speech are directive, commissive, and expressive forms. The speech function in Shopee advertisements shows several specific purposes, namely the functions of informing, training, reporting, suggesting, requesting, inviting, advising, promising, offering, and thanking.

Keywords: illocutionary; advertisement; and pragmatics

ABSTRAK

Artikel ini akan mendeskripsikan bentuk dan fungsi tuturan ilokusi pada iklan Shopee di YouTube. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan pendekatan pragmatik. Sumber data dalam penelitian ini yaitu video iklan Shopee yang didapat dari akun YouTube Shopee. Data dikumpulkan dengan teknik dokumentasi dan teknik catatan bebas, kemudian data pada penelitian dianalisis, direduksi, disajikan data, dan disimpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tuturan iklan Shopee di YouTube didominasi oleh tuturan fungsi asertif. Selain tuturan tersebut bentuk tuturan lainnya yaitu bentuk direktif, komisif, dan ekspresif. Fungsi tuturan pada iklan Shopee menunjukkan beberapa maksud tertentu yaitu fungsi menginformasikan, mengklarifikasi, melaporkan, menyarankan, meminta, mengajak, menasihati, menjustifikasi, menawarkan, dan berterima kasih.

Kata kunci: ilokusi; iklan; dan pragmatik

PENDAHULUAN

Penggunaan bahasa dengan tujuan utamanya yaitu untuk berinteraksi dengan yang lainnya. Bahasa sebagai alat untuk menyampaikan informasi dapat disampaikan melalui media lisan dan tulis. Bahasa menjadi salah satu alat paling efektif dalam menyampaikan suatu pikiran, informasi, serta perasaan. Penggunaan bahasa untuk menyampaikan suatu informasi dapat dilihat pada penggunaan bahasa dalam pemasangan iklan. Dalam dunia periklanan, bahasa dipakai untuk mempengaruhi pikiran konsumen yang dikemas dalam bentuk persuasif, yang biasanya disampaikan dengan bentuk bujukan ataupun rayuan. Iklan merupakan semua hal yang berkaitan dengan bentuk prestasi yang sifatnya non pribadi, serta penggunaannya berkaitan dengan promosi gagasan, jasa atau barang yang dilakukan oleh sponsor tertentu yang kemudian

Tuturan Ilokusi pada Iklan Shopee di Youtube Tayangan Desember 2021-Januari 2022

by Artikel 8

Submission date: 17-May-2024 03:19PM (UTC+0700)

Submission ID: 2381737291

File name: i_Iswatiningsih_Sudjalil_-_Tuturan_Ilokusi_pada_Iklan_Shoppee.pdf (148.87K)

Word count: 4525

Character count: 28252

Tuturan Ilokusi pada Iklan Shopee di Youtube
Tayangan Desember 2021-Januari 2022

Firlana Izaty*, Daroe Iswatiningsih & Sudjalil
Universitas Muhammadiyah Malang , Indonesia

firlana.rekafirza@gmail.com, iswatiningsih, iswatiningsihdaroe@gmail.com, sudjalil_63@yahoo.com

Dikirim: 16 Mei 2022 Direvisi: 20 Juli 2022 Diterima: 23 Juli 2022 Diterbitkan: 28 Agustus 2022

ABSTRACT

This article will describe the form and function of illocutionary speech in Shopee ads on YouTube. This research is a type of qualitative research with the descriptive method and uses a pragmatic approach. The source of the data in this study is the Shopee ad video obtained from the Shopee YouTube account. The data were collected by using the documentation technique and taking notes freely, then the data in the research analyzed was reduced, presented the data, and concluded. The results showed that Shopee's advertising speech on YouTube was dominated by assertive function speech. In addition to these speeches, other forms of speech are directive, commissive, and expressive forms. The speech function in Shopee advertisements shows several specific purposes, namely the functions of informing, claiming, reporting, suggesting, requesting, inviting, advising, promising, offering, and thanking.

Keywords: illocutionary; advertisement; and pragmatics

ABSTRAK

Artikel ini akan mendeskripsikan bentuk dan fungsi tuturan ilokusi pada iklan Shopee di YouTube. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan pendekatan pragmatik. Sumber data dalam penelitian ini yaitu video iklan Shopee yang didapat dari akun YouTube Shopee. Data dikumpulkan dengan teknik dokumentasi dan simak catat bebas, kemudian data pada penelitian dianalisis direduksi, disajikan data, dan disimpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tuturan iklan Shopee di YouTube didominasi oleh tuturan fungsi asertif. Selain tuturan tersebut bentuk tuturan lainnya yaitu bentuk direktif, komisif, dan ekspresif. Fungsi tuturan pada iklan Shopee menunjukkan beberapa maksud tertentu yaitu fungsi menginformasikan, mengklaim, melaporkan, menyarankan, meminta, mengajak, menasihati, menjanjikan, menawarkan, dan berterima kasih.

Kata kunci: ilokusi; iklan; dan pragmatik

PENDAHULUAN

Penggunaan bahasa dengan tujuan utamanya yaitu untuk berinteraksi dengan yang lainnya. Bahasa sebagai alat untuk menyampaikan informasi dapat disampaikan melalui media lisan dan tulis. Bahasa menjadi salah satu alat paling efektif dalam menyampaikan suatu pikiran, informasi, serta perasaan. Penggunaan bahasa untuk menyampaikan suatu informasi dapat dilihat pada penggunaan bahasa dalam pemasangan iklan. Dalam dunia periklanan, bahasa dipakai untuk mempengaruhi pikiran konsumen yang dikemas dalam bentuk persuasif, yang biasanya disampaikan dengan bentuk bujukan ataupun rayuan. Iklan merupakan semua hal yang berkaitan dengan bentuk prestasi yang sifatnya non pribadi, serta penggunaannya berkaitan dengan promosi gagasan, jasa atau barang yang dilakukan oleh sponsor tertentu yang kemudian

dalam pemasangannya dilakukan dengan sistem berbayar (Fatimah dkk, 2017:326). Bahasa iklan yang menarik berdampak pada minat konsumen terhadap penjualan atau penawaran yang ditawarkan.

Adanya pergeseran minat masyarakat ini menjadikan perusahaan-perusahaan besar mulai mengganti strategi, yaitu tidak hanya menggunakan televisi sebagai satu-satunya media dalam memasarkan produk dan jasanya. Salah satu perusahaan besar yang memanfaatkan kesempatan besar ini dalam menawarkan produk dan jasanya yaitu Shopee. Pada tahun 2021 Shopee menduduki peringkat pertama sebagai *top of mind brand* (Putri & Iriani, 2019:70). Terpilihnya Shopee sebagai *marketplace* membuktikan bahwa Shopee memiliki citra perusahaan yang baik di masyarakat. Pada penelitian ini, objek yang dikaji yaitu iklan Shopee yang terdapat di akun *YouTube*-nya yang dalam hal ini merupakan jenis bahasa lisan. Selain keunggulan sebagai *marketplace* yang banyak diminati, bahasa Shopee menarik untuk dikaji didasarkan pada beberapa karakteristik. dari segi isi bahasanya secara keseluruhan bahasa Shopee banyak mengandung tuturan dengan jenis ilokusi.

Untuk mengkaji bahasa yang terdapat dalam suatu iklan dapat menggunakan pragmatik. Dalam kajian pragmatik, bahasa yang digunakan dalam komunikasi merupakan hasil perpaduan dari maksud, pesan, dan makna dari komunikasi tersebut berdasarkan dengan situasi atau konteksnya (Rusminto, 2013: 67). Pragmatik merupakan suatu studi yang mengkaji tentang makna dan maksud yang disampaikan oleh penutur (penulis), yang kemudian ditafsirkan oleh pendengar (pembaca) (Yule, 2006:3). Searle (Saputro, 2018: 14) mengemukakan bahwa secara pragmatis terdapat tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh penutur, yakni lokusi (*Locutionary Act*), ilokusi (*Ilocutionary Act*), dan perlokusi (*Perlocutinary Act*).

Penggunaan tindak tutur dalam kegiatan berkomunikasi sehari-hari yang mengakibatkan adanya suatu tindakan atau perbuatan dalam tuturan yang digunakan. Hal ini juga mempengaruhi kemampuan seseorang dalam menyimpulkan maksud atau makna yang disampaikan oleh lawan tuturnya dalam kegiatan berkomunikasi (Safira, 2020: 128). Sama halnya dengan bahasa iklan yang sering kita jumpai di media sosial salah satunya yaitu *YouTube*. Penonton yang dalam hal ini merupakan konsumen dalam pemasaran iklan dituntut atau diharapkan untuk dapat menafsirkan makna atau maksud yang ingin disampaikan oleh pengiklan. Dalam bahasa iklan ada banya bentuk tindak tutur, namun jenis tuturan yang paling banyak ditemui pada iklan Shopee yaitu tindak ilokusi.

Tindak tutur ilokusi ini dimaksudkan dengan kegiatan bertutur yang tuturannya tidak hanya berfungsi untuk menginformasikan sesuatu, tetapi juga menuntut mitra tutur untuk melakukan sesuatu (Lestari, 2019:140). Searle membedakan tuturan ilokusi menjadi lima jenis, yaitu; asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif (Syukur, 1993: 15). Tuturan asertif merupakan jenis tuturan ilokusi yang tuturannya digunakan untuk menyatakan suatu kebenaran mengenai hal yang sedang dibahas atau dituturkan, seperti menginformasikan, melaporkan dan lain-lain (Meirisa dkk, 2017: 3). Direktif digunakan untuk memberikan beberapa efek kepada lawan bicara atau mitra tutur. Tuturan direktif berfungsi untuk mempengaruhi mitra tutur agar melakukan suatu hal seperti yang diujarkan oleh penutur, seperti meminta, melarang dan lain sebagainya (Triwijayanti, 2012: 23).

Menurut Searle bahwa tindak tutur komisif merupakan tindak tutur yang penggunaannya menyebabkan penutur menjadi terikat pada suatu tindakan di masa yang akan datang, berisi tentang suatu hal yang sifatnya menyenangkan ataupun hal-hal yang sifatnya positif, seperti menjanjikan dan menawarkan (Nirmala, 2015:143). Searle berpendapat bahwa penggunaan

tindak tutur ekspresif ini berkenaan dengan sikap psikologi yang ditunjukkan oleh penutur terhadap suatu keadaan yang sedang dialaminya, seperti berterima kasih, meminta maaf dan lain-lain (Lili, 2018:62). Austin berpendapat bahwa tindak tutur deklaratif berkenaan dengan tuturan penutur untuk memantapkan suatu hal, fungsi dari pernyataan tindak tutur ini yaitu mengungkapkan pernyataan setuju atau tidak setuju, dan pernyataan benar ataupun salah, seperti melarang, memutuskan dan lain sebagainya (Wahyudi, 2017:199).

Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh (Yunita & Pratiwi, 2021) dengan judul “Analisis Tindak Tutur Pada Iklan Layanan Masyarakat di Instagram KEMENKES Pada Masa Pandemi Covid-19 dan Relevansinya Sebagai Rancangan Bahan Ajar Bahasa Indonesia di SMP”. Penelitian relevan lainnya pernah dilakukan, dengan judul “Tindak Tutur Ilokusi dalam Iklan di Stasiun SCTV” (Arisandi dkk, 2021), penelitian berjudul “Fungsi Tindak Tutur Ilokusi dalam Acara ‘I’m Possible’ Merry Riana Metro TV” (Dari), penelitian berjudul “Ragam Kolokial pada Kepolisian RI” (Nabilah and Mujianto), penelitian “Implikatur Percakapan dalam Sinetron ‘Dunia Tebalik’ Episode ke-2006-2007 di RCTI: Kajian Pragmatik” (Zumaro), serta penelitian lainnya pernah dilakukan oleh Ulfah dkk (2021), dengan judul penelitiannya “Relevansi dalam Iklan Shopee COD Sebuah kajian pragmatik”. Beberapa penelitian terdahulu tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian ini, selain pada objek penelitian yang dikaji, perbedaan lainnya juga terdapat pada fokus penelitian yang ditetapkan.

Berdasarkan pada latar belakang di atas fokus penelitian ini yaitu mendeskripsikan bentuk dan fungsi tuturan ilokusi pada iklan Shopee di *YouTube*, berdasarkan pada jenis tuturan yang dijelaskan dalam teori tindak tutur ilokusi. Penelitian ini menarik untuk diteliti melihat perkembangan bahasa iklan yang semakin kreatif yang dikemas dengan bahasa dan cara penyampaian yang menarik. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru bagi konsumen Shopee terkait maksud yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan Shopee.

METODE

Jenis penelitian yaitu penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menyajikan suatu temuan-temuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik. Boydan dan Taylor dalam (Nugrahani, 2014:43) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data-data deskriptif dengan bentuk ucapan, tulisan, serta perilaku dari orang-orang yang diamati. Sumber data dalam penelitian ini yaitu video iklan Shopee yang didapat dari akun *YouTube* Shopee, yaitu pada iklan Shopee tayangan Desember 2021 – Januari 2022. Data diperoleh dari sepuluh video dari *YouTube* Shopee. Pengambilan video dilakukan dengan melihat pada jumlah views pada konten kemudian juga pada pemilihan bahasa dalam video iklan tersebut. Data dikumpulkan dengan teknik simak catat bebas, kemudian data pada penelitian ini yaitu tuturan iklan Shopee. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penerikan simpulan.

Teknik analisis data dilakukan dengan memilih data yang termasuk pada bentuk tuturan ilokusi. Data yang termasuk pada bentuk tuturan ilokusi kemudian dibedakan lagi berdasarkan fungsi tuturannya. Data-data yang telah dipilih kemudian disajikan dengan menjelaskan perolehan data berdasarkan bentuk dan fungsi tuturan yang terdapat dalam iklan Shopee di *YouTube*. Simpulan dibuat dengan melihat penjelasan pada dalam sajian data.

Penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik. Pragmatik merupakan ilmu yang mengkaji makna atau maksud dari bahasa yang digunakan dalam tuturan. Menurut Tarigan dalam (Surianti dkk, 2019:12) pragmatik merupakan ilmu yang menelaah tentang makna suatu ujaran, baik ucapan maupun kalimat-kalimat terhadap kaitannya dengan bagaimana seseorang melakukan sesuatu dengan melihat konteks ujarannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik karena pada penelitian ini mencoba menjelaskan makna serta strategi bertutur dari bahasa yang terdapat dalam iklan Shopee di *YouTube*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini ditemukan sebanyak empat puluh empat tuturan dengan bentuk asertif, direktif, komisif, dan ekspresif, dengan bentuk asertif paling mendominasi. Bentuk tuturan tersebut juga mengandung fungsi **di** dalamnya, dalam hal ini dibedakan menjadi sepuluh fungsi. Fungsi pada tuturan tersebut yaitu fungsi menginformasikan, melaporkan, mengklaim, menyarankan, meminta, mengajak, menasihati, menjanjikan, menawarkan, dan berterima kasih. Penjelasan mengenai hasil penelitian yang ditemukan adalah sebagai berikut:

Bentuk Tuturan Ilokusi pada Iklan Shopee di YouTube

Bentuk tuturan ilokusi dalam penelitian ini terdapat empat bentuk yaitu bentuk asertif, direktif, komisif, dan ekspresif. Data yang disebutkan di atas akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Bentuk Tuturan Asertif pada Iklan Shopee di YouTube

No.	Bentuk Tuturan	Tuturan
1.	Asertif	kalau kakak pakai voucher deals sekitar kamu, semakin banyak promo menarik dari toko sekitar kakak dan belanjanya jadi makin hemat.
2.		ShopeeFood itu lengkap banget. Semua makanan ada di situ!

- (1) Lesti: Ini dedek mau kasih tau nih. Jadi, **kalau kakak pakai voucher deals sekitar kamu, semakin banyak promo menarik dari toko sekitar kakak dan belanjanya jadi makin hemat.** (D1/As1/05.12.21)

Tuturan iklan di atas termasuk pada bentuk tuturan asertif. Pada tuturan di atas penutur menginformasikan mengenai keuntungan ketika menggunakan *voucher deals* sekitar kamu. Hal ini dapat dilihat pada penggunaan kata 'kalau' oleh penutur. Kata 'kalau' di sini merupakan kata hubung syarat yang penggunaannya untuk menerangkan suatu kejadian akan terjadi apabila syarat-syarat yang diberikan terpenuhi. Dalam hal ini syarat yang dimaksud yaitu jika konsumen menggunakan *voucher deals* sekitar kamu, kemudian suatu kejadian yang dimaksudkan yaitu berkenaan dengan tuturan penutur yang mengatakan 'semakin banyak promo menarik dari toko sekitar dan belanjanya jadi makin hemat'.

- (2) Andin: **ShopeeFood itu lengkap banget. Semua makanan ada di situ!** (D7/As7/16.12.21)

Tuturan 'lengkap banget' merupakan kata keterangan yang menjelaskan kata sebelumnya, yaitu ShopeeFood. Kata 'banget' sendiri merupakan plesetan dari kata 'sangat'. tuturan 'lengkap banget' dan 'semua makanan ada di situ!' merupakan bentuk informational. Makna informational di sini yaitu penggunaan bahasa dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai program ShopeeFood yang ditawarkan oleh Shopee.

2) Bentuk Tuturan Direktif pada Iklan Shopee di *YouTube*

No.	Bentuk Tuturan	Tuturan
1.	Direktif	Yuk, upgrade sekarang

- (1) Penutur 2: Waaah, iya ternyata mudah banget. **Yuk, upgrade sekarang**, dan nikmati belanja dengan limit lebih besar dan banyak promo spesial lainnya di Shopee! (D34/Dir14/20.01.21)

Tuturan iklan ini termasuk bentuk direktif karena mengharapkan efek dari konsumennya. Dalam hal ini tuturan iklan mengajak konsumen untuk meng-*upgrade* ShopeePayLater agar dapat menikmati belanja dengan limit yang lebih besar. Kata yang menjelaskan tentang ajakan yaitu pada kata 'yuk' merupakan kata seru untuk mengajak, sama seperti kata 'ayo'.

3) Bentuk Tuturan Komisif pada Iklan Shopee di *YouTube*

No.	Bentuk Tuturan	Tuturan
1.	Komisif	Belanja dengan Shopee COD aman , bisa bayar di tempat dan ada gratis ongkir nol Rupiah loh..
2.		pesannya di ShopeeFood! Ada banyak banget promonya, diskonnya sampai dengan 50% dan gratis ongkir juga!

- (1) DP: Iya, karena sudah **ada Shopee COD**. Belanja dengan **Shopee COD aman**, bisa **bayar di tempat** dan ada **gratis ongkir nol Rupiah** loh.. Yuk belanja dengan Shopee COD. (D38/Kom4/09.12.21)

Penggunaan bahasa pada tuturan iklan di atas dilakukan dengan menggabungkan beberapa penggunaan kalimat di dalamnya. Bentuk tuturan iklan di atas menggunakan kalimat persuasif dengan unsur sugesti. Pada tuturan iklan di atas bentuk kalimat persuasif dengan unsur sugesti dapat dilihat pada pernyataan 'Shopee COD aman', 'bisa bayar di tempat', 'gratis ongkir nol rupiah'. Selain itu, pada bentuk tuturan iklan di atas juga menggunakan penggunaan kata ajakan di akhir tuturan, yang ditandai dengan penggunaan kata 'yuk'.

- (2) Andin:Hei, jangan panik! Mbak tadi **pesannya di ShopeeFood!** Ada **banyak banget promonya, diskonnya sampai dengan 50%** dan **gratis ongkir** juga! (D39/Kom5/16.12.21)

Iklan selalu dapat memberikan pengaruh kepada khalayak umum, salah satunya dengan menggunakan bahasa. Bentuk tuturan iklan pada data di atas menurut kajian tindak ilokusi termasuk pada jenis komisif. Bahasa dalam iklan umumnya bersifat persuasif. Pada tuturan iklan

di atas, kalimat yang dapat dikatakan sebagai kalimat persuasi yaitu ‘banyak banget promonya, diskonnya sampai dengan 50% dan gratis ongkir’.

4) Bentuk Tuturan Ekspresif pada Iklan Shopee di YouTube

No.	Bentuk Tuturan	Tuturan
1.	Ekspresif	Nih, sesuai aplikasi ya pak.. makasih yaaa

- (1) Nassar: Eh, Elsa.. tunggu-tunggu! Semangat banget kamu yaah.. Sebelum paket diambil dan diterima, ini paketnya harus dibayar dulu. **Nih, sesuai aplikasi ya pak.. makasih yaaa** (D52/Eks3/14.01.21)

Tuturan ekspresif dalam menyampaikan terima kasih ini muncul ketika Nassar dalam iklan menerima paket yang ia beli dari aplikasi Shopee. Ucapan terima kasih diucapkan oleh Nassar ketika ia telah menerima paketnya, dengan ekspresi yang ramah. Tuturan ekspresif merupakan bentuk tuturan yang berfungsi untuk menyatakan terima kasih, memberi selamat, menyalahkan, meminta maaf, dan memberikan pujian.

Fungsi Tuturan Ilokusi pada Iklan Shopee di YouTube

Ditemukan beberapa fungsi pada tuturan iklan Shopee di YouTube, yaitu sebagai berikut:

Menginformasikan

Tuturan dengan maksud ‘menginformasikan’ bertujuan untuk memberikan suatu pengetahuan mengenai informasi dari suatu hal. Pada penelitian ditemukan beberapa data tuturan iklan Shopee yang memiliki fungsi ‘menginformasikan’, yaitu sebagai berikut:

- (1) Lesti: Ini dedek mau kasih tau nih. Jadi, **kalau kakak pakai voucher deals sekitar kamu, semakin banyak promo menarik dari toko sekitar kakak dan belanjanya jadi makin hemat.** (D1/FA1/05.12.21)

Fungsi ‘menginformasikan’ dalam hal ini penutur menjelaskan bahwa di Shopee akan semakin banyak promo menarik yang diberikan, jika menggunakan *voucher Deals* Sekitarmu. Kata ‘kalau’ menggambarkan fungsi ‘menginformasikan’. Kata ‘kalau’ merupakan kata hubung syarat yang penggunaannya untuk menerangkan suatu kejadian akan terjadi apabila syarat-syarat yang diberikan terpenuhi. Dalam hal ini syarat yang dimaksud yaitu jika konsumen menggunakan *voucher deals* sekitar kamu, kemudian suatu kejadian yang dimaksudkan yaitu berkenaan dengan tuturan penutur yang mengatakan ‘semakin banyak promo menarik dari toko sekitar dan belanjanya jadi makin hemat’. Kata ‘semakin’ di sini juga termasuk fungsi ‘menginformasikan’ dengan arti bertambah. Fungsi ‘menginformasikan’ dalam **tindak tutur merupakan tindak tutur yang dilakukan penutur dalam** ujaran yang disampaikan kepada mitra tutur agar melakukan sesuatu seperti yang dikatakan penutur dalam ungkapannya (Artati dkk 2020: 47).

Mengklaim

Kata ‘mengklaim’ merupakan suatu pengakuan atas beberapa hal yang dimiliki atau terdapat pada sesuatu. Dalam penelitian ini ditemukan dua tuturan iklan Shopee dengan fungsi ‘mengklaim’, yaitu sebagai berikut:

- (2) Lesti: Kakak bisa lihat deh semua toko favorit di lokasi sekitar kakak. Langsung beli deh *Vouchernya* di toko yang kakak mau. Bisa pilih. Kalau udah selesai, kakak bisa langsung gunain *vouchernya*. **Gampang dan hemat kan?** (D16/FA16/05.12.21)

Fungsi ‘mengklaim’ pada tuturan iklan di atas yaitu pada tuturan ‘gampang dan hemat kan?’. Sebenarnya tuturan dengan tanda tanya tersebut bukan hanya sebagai suatu pertanyaan kepada pengguna Shopee, akan tetapi juga berkenaan pada bahasa persuasi pada iklan dengan mengambil suatu fakta pengakuan atas sesuatu. Dalam hal ini fakta pengakuan yang diambil oleh Shopee berkenaan dengan pembelian ShopeeFood. Bentuk klaim yang diambil Shopee yaitu ‘gampang’ dan ‘hemat’. Klaim dua kata ini berkenaan dengan kegiatan berbelanja yang semakin hemat dan gampang ketika menggunakan *voucher* yang disediakan atau yang diberikan oleh Shopee. Pemasangan iklan memiliki beberapa fungsi, di antaranya sebagai pengingat, memberikan nilai tambah, memberikan informasi, serta membujuk (Shimp (2003) (dalam Iga Pratiwi, 2021: 70). Sebagaimana pemilihan kata yang digunakan dalam tuturan iklan tersebut disesuaikan dengan cara pengiklan dalam ‘mengklaim’ keunggulan dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Melaporkan

Melaporkan merupakan bentuk tindakan memberitahukan mengenai suatu hal kepada mitra tutur. Pada tuturan iklan Shopee di *YouTube* terdapat beberapa fungsi ilokusi pada tuturan yang menunjukkan fungsi ‘melaporkan’, yaitu sebagai berikut:

- (3) Andin: Hei, jangan panik! **Mbak tadi pesannya di ShopeeFood! Ada banyak banget promonya, diskonnya sampai dengan 50% dan gratis ongkir juga!** (D19/FA19/16.12.21)

Maksud fungsi ‘melaporkan’ di sini yaitu berkenaan dengan kegiatan berbelanja Andin di ShopeeFood. Dapat dilihat pada tuturan yang bercetak tebal. Tuturan iklan yang disampaikan Andin di atas juga menggunakan bahasa persuasive dengan tujuan membujuk dan membuat mitra tuturnya percaya terhadap apa yang disampaikan. Dalam hal ini bahasa persuasif pada tuturan iklan di atas menggunakan teknik sugesti, hal ini dapat dilihat pada upaya meyakinkan oleh penutur dengan menyebutkan beberapa keuntungan ketika menggunakan ShopeeFood, juga sebelumnya dengan menggunakan frasa ‘jangan panik’. Tindakan ‘melaporkan’ merupakan tindak tutur yang disampaikan penutur dengan maksud memberitahukan suatu yang sedang terjadi (Artati 2020: 47).

Menyarankan

Fungsi ‘menyarankan’ merupakan tindakan dalam memberikan saran ataupun anjuran mengenai hal-hal yang dibahas sesuai dengan konteksnya. Pada penelitian ini ditemukan beberapa tuturan pada iklan Shopee yang menunjukkan fungsi ‘menyarankan’, sebagai berikut:

- (4) Lesti: Nih dedek kasih tau caranya, **kakak tinggal buka aplikasi Shopee. Kalau belum download, kakak download dulu.** Terus cari tombol *Deals* Sekitar Kamu. Nih kayak gini.. Kakak bisa lihat deh semua toko favorit di lokasi sekitar kakak. Langsung beli deh Vouchernya di toko yang kakak mau. Bisa pilih. Kalau udah selesai, kakak bias langsung gunain vouchernya. Gampang dan hemat kan? (D20/FD1/05.12.21)

Fungsi ‘menyarankan’ pada data tuturan di atas berkenaan dengan saran mengenai download aplikasi Shopee bagi yang belum mendownload. Konteks tuturan iklan di atas yaitu tentang penggunaan *voucher Deals* Sekitarmu, yang merupakan salah satu penawaran yang diberikan bagi pengguna Shopee. Fungsi ‘menyarankan’ di sini dapat dilihat pada penggunaan kata ‘kalau’. Penggunaan kata hubung ‘kalau’ pada tuturan ini dimaksudkan pada penjelasan suatu kejadian dapat terjadi apabila telah memenuhi syarat-syaratnya. Tindakan ‘menyarankan’ merupakan tindak tutur yang dilakukan penutur dengan mengujarkan sesuatu dengan tujuan menyampaikan atau memberikan saran atau pendapat kepada mitra tutur untuk dilakukan pertimbangan mengenai saran yang disampaikan (Artati dkk 2020: 50).

Meminta

Menurut KBBI kata ‘meminta’ merupakan kata kerja yang dilakukan dengan mengharap supaya diberi atau mendapatkan sesuatu. Pada tuturan iklan Shopee ditemukan beberapa tuturan dengan fungsi ‘meminta’, yaitu sebagai berikut:

- (5) Lesti: **Isiin saldo ShopeePaay dedek ya?** Biar lebih hemat gitu.. (D27/FD8/20.12.21)

Dalam hal ini Lesti ‘meminta’ kepada lawan tuturnya untuk mengisikan saldo ShopeePaynya. Kata ‘isiin’ merupakan kata yang mengisyaratkan bentuk perintah. Kata ‘isiin’ di sini merupakan bentuk tidak baku dari kata ‘isikan’, artinya seseorang tersebut meminta mitra tuturnya untuk melakukan suatu tindakan yaitu mengisikan. ‘Meminta’ termasuk pada direktif requestif karena fungsi ‘meminta’ merupakan salah satu alasan mitra tutur untuk melakukan suatu tindakan (Nurlaila dkk, 2021: 28).

Mengajak

Kata ‘mengajak’ menurut KBBI merupakan suatu kegiatan membangkitkan hati agar dapat melakukan sesuatu. Dalam penelitian ini ditemukan beberapa tuturan pada iklan Shopee di YouTube dengan fungsi ‘mengajak’, yaitu sebagai berikut:

- (6) DP: Iya,. Belanja dengan Shopee COD aman, bias bayar di tempat da nada gratis ongkir nol Rupiah loh.. **Yuk belanja dengan Shopee COD.** (D30/FD11/09.12.21)
(7) Penutur 2: Waaah, iya ternyata mudah banget. **Yuk, upgrade sekarang,** dan nikmati belanja dengan limit lebih besar dan banyak promo spesial lainnya di Shopee! (D31/FD12/20.01.22)

Tuturan di atas memiliki fungsi ‘mengajak’. Fungsi ‘mengajak’ merupakan bagian dari tuturan direktif dengan kategori requestif. Requestif merupakan salah satu alasan mitra tutur dalam melakukan suatu tindakan, salah satu tindakan yang dimaksud yaitu mengajak (Nurlaila, 2021: 28). Maksud ‘mengajak’ pada tuturan iklan di atas yaitu dapat dilihat pada tuturan ‘yuk belanja dengan Shopee COD’ dan ‘yuk upgrade sekarang’. Kata ‘yuk’ pada tuturan iklan di atas bermaksud mengajak pendengar atau mitra tutur untuk menggunakan beberapa layanan dalam

Shopee, dalam hal ini ajakan mengenai belanja dengan metode COD dan mengupgrade SpayLater pada Shopee.

Menasihati

Kata 'menasihati' merupakan tindakan memberikan suatu anjuran serta peringatan kepada orang lain. Dalam penelitian ini ditemukan satu tuturan pada iklan Shopee yang memiliki fungsi 'menasihati'.

- (8) Nassar: **Tenang sayang, kalau pesanan yang diantar tidak sesuai dengan yang kita pesan kita bias ajukan pengembalian ke aplikasi Shopee, bukan ke kurir!** (D32/FD13/14.01.22)

Fungsi pada tuturan tersebut yaitu 'menasihati'. Tuturan 'tenang sayang' memiliki makna sebagai tuturan yang dapat mempengaruhi pendengarnya. Chaer (dalam Dimas Tutik dkk, 2020: 145) mengatakan bahwa penggunaan bahasa dengan fungsi direktif tidak hanya memberikan efek pendengarnya untuk melakukan sesuatu tetapi juga menuntut pendengar untuk melakukan suatu kegiatan sesuai dengan yang diinginkan pembicara. Maksud dari fungsi 'menasihati' di sini yaitu berkaitan dengan jika terjadi kesalahan dalam pengiriman barang pada aplikasi Shopee.

Menjanjikan

Menurut KBBI kata 'menjanjikan' merupakan suatu tindakan dalam menyampaikan kesediaan serta kesanggupan dalam melakukan perbuatan atau sesuatu yang dijanjikan kepada orang lain. Pada penelitian ini ditemukan beberapa tuturan yang memiliki fungsi 'menjanjikan', yaitu sebagai berikut:

- (9) Lesti: Ini dedek mau kasih tau nih. Jadi, **kalau kakak pakai voucher deals sekitar kamu, semakin banyak promo menarik dari toko sekitar kakak dan belanjanya jadi makin hemat.** (D33/FK1/05.12.21)

Fungsi 'menjanjikan' pada tuturan iklan di atas dapat dilihat pada tuturan yang dicetak tebal. Maksud 'menjanjikan' di sini yaitu berkenaan dengan kauntungan yang akan didapat pengguna Shopee jika menggunakan *voucher Deals* Sekitarmu. Fungsi 'menjanjikan' dapat dilihat pada kata 'semakin' dan 'banyak'. Kata 'makin' di sini memiliki arti bahwa akan bertambah berlebih-lebih, serta kata 'banyak' memiliki arti jumlahnya yang besar. Sehingga sesuatu yang dijanjikan oleh Shopee dibuat seakan-akan sangat banyak. Sebagaimana makna dari tuturan komisif yaitu sebagai tuturan dengan pelaksanaan tindakan di masa yang akan datang, sehingga dalam tuturan iklan tersebut menyatakan dan menyebutkan apa saja yang akan dilakukan sebagai bentuk menarik konsumen agar menggunakan jasa dan memberi barang yang sedang diiklankan (Nirmala, 2015: 149).

Menawarkan

Kata 'menawarkan' memiliki makna sebagai tindakan menunjukkan sesuatu kepada orang lain dengan maksud seseorang tersebut tertarik dan membeli dan memakai sesuatu yang ditawarkan. Dalam penelitian ini ditemukan beberapa tuturan yang memiliki fungsi 'menawarkan', yaitu sebagai berikut:

- (10) Andin: Hei, jangan panik! Mbak tadi pesannya di ShopeeFood! Ada banyak banget promonya, **diskonnya sampai dengan 50% dan gratis ongkir juga!** (D42/FK10/16.12.21)

Tuturan ini jika dikaji lebih lanjut termasuk pada jenis tuturan komisif, dengan fungsi 'menawarkan'. Andin menyebutkan beberapa keuntungan menggunakan ShopeeFood. Konteks dalam tuturan ini yaitu mitra tutur yang merasa kebingungan karena kakaknya memesan banyak makanan. Tindakan menawarkan dalam tuturan ini dapat dilihat dari tuturan Andin yang menyebutkan bahwa di Shopee banyak promonya, diskonnya sampai 50%, dan gratis ongkir. Pada tutura jenis komisif, penutur memiliki kewajiban untuk melakukan tindakan yang disampaikan di waktu mendatang.

Berterima kasih

Ucapan 'berterima kasih' merupakan bentuk tindakan mengucapkan rasa syukur atau membalas budi untuk seseorang setelah menerima kebaikan dan sebagainya. Pada penelitian ini ditemukan satu data tuturan yang memiliki fungsi 'berterima kasih', yaitu sebagai berikut:

- (11) Nassar: Eh, Elsa.. tunggu-tunggu! Semangat banget kamu yaa.. Sebelum paket diambil dan diterima, ini paketnya harus dibayar dulu. **Nih, sesuai aplikasi ya pak.. makasih yaaa** (D49/FE5/19.01.22)

Tuturan ekspresif dalam menyampaikan terima kasih ini muncul ketika Nassar dalam iklan menerima paket yang ia beli dari aplikasi Shopee. Ucapan terima kasih diucapkan oleh penutur ketika telah menerima paketnya, dengan ekspresi yang ramah. Ucapan terima kasih biasanya terjadi karena faktor-faktor tertentu yang dilakukan oleh mitra tutur kepada penutur atau juga disebabkan oleh kebaikan hati mitra tutur yang telah memberikan sesuatu atau melakukan sesuatu kepada lawan tutur (Irma, 2017: 241).

PENUTUP

Penggunaan bahasa iklan saat ini telah mengalami berbagai kemajuan dalam penulisannya. Bahasa yang sering dijumpai dalam iklan adalah bahasa dengan jenis ilokusi. Penggunaan bahasa iklan dengan jenis ilokusi ini menarik untuk dikaji, seperti halnya pada penelitian ini. Pada penelitian ini ditemukan sebanyak tiga belas fungsi tuturan yang berbeda, yaitu fungsi menginformasikan, mengklaim, melaporkan, menyarankan, meminta, mengajak, menasihati, menjanjikan, menawarkan, dan berterima kasih. Tuturan pada iklan Shopee tayangan Desember 2021-Januari 2022 lebih banyak menawarkan mengenai promo serta *voucher* dan keuntungan lainnya. Hal ini didukung juga dengan perayaan natal dan juga tahun baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Artati, Artati, et al. "Tindak Tutur Ilokusi Asertif, Direktif, Ekspresif, Komisif, Dan Deklaratif Pada Program Gelar Wicara Mata Najwa." *Diksa : Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, vol. 6, no. 1, 2020, pp. 43–57, doi:10.33369/diksa.v6i1.9687.
- Dari, Wulan. "Fungsi Tindak Tutur Ilokusi Dalam Acara 'I'm Possible' Merry Riana Metro TV." *Alinea: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*, vol. 10, no. 2, 2021, p. 116, doi:10.35194/alinea.v10i2.1460.
- Dheni Iga Pratiwi, Suhartono. "Kompleksitas Kalimat Persuasi Iklan Produk Detergen (Kajian Sintaktis)." *Bapala*, vol. 8, no. 6, 2021, pp. 69–78.

- Dimas Tutik, Anisa, et al. "Variasi Dan Fungsi Ragam Bahasa Pada Iklan Dan Slogan Situs Belanja Online Shopee." *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, vol. 2, no. 2, 2020, pp. 137–48, doi:10.22236/imajeri.v2i2.5089.
- Fatimah, Nur Firdauzia. "Interpretasi Tuturan Persuasif Iklan Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif." *Elic*, 2017, pp. 325–30.
- Irma, Nurika Cintya. "Tindak Tutur Dan Fungsi Tuturan Ekspresif Dalam Acara Rumah Perubahan Rhenald Kasali." *Jurnal SAP*, vol. 1, no. 3, 2017, pp. 238–48.
- Lestari, Bini. "Tindak Tutur Ilokusi Dalam Film Animasi Upin Dan Ipin Episode 'Seronoknya Wisata Air' Serta Implikasinya Terhadap Pendidikan Karakter Anak." *Estetik : Jurnal Bahasa Indonesia*, vol. 2, no. 2, 2019, p. 139, doi:10.29240/estetik.v2i2.1191.
- Maryam, Nurlaila, Nazriani, Arsad. "Tindak Tutur Direktif Wacana Poster Imbauan Pemerintah Tentang Penanganan Covid-19 Pada Laman Covid19.Go.Id." *JEC (Jurnal Edukasi Cendekia)*, vol. 5, no. 1, 2021, pp. 24–32.
- Nabilah, Farah, and Gigit Mujianto. "Ragam Kolokial Pada Kepolisian RI." *Alinea: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*, vol. 10, no. 2, 2021, doi:10.35194/alinea.v10i2.1257.
- Nirmala, Vita. "Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Komersial Sumatera Ekspres." *Kandai*, vol. 11, no. 2, 2015, pp. 139–50.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Vol. 1, no. 1, 2014.
- Putri, Nur Afifah Rosnadia, and Sri Setyo Iriani. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee." *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, vol. 8, no. 2, 2019, p. 69, doi:10.31504/komunika.v8i2.2391.
- Safira, Adnia. "Tindak Tutur Direktif Pelatih Drum Corps Sabda Kinnara Drum Corps." *Alinea: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*, vol. 9, no. 2, 2020, p. 127, doi:10.35194/alinea.v9i2.956.
- Saputro, Bayu. *Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Pemasaran Gedung Perkantoran Agung Podomoro City*. 2018, pp. 1–5.
- Surianti, et al. "Tindak Tutur Ilokusi Sebagai Media Penyampaian Pesan Sosial Pada Iklan Layanan Masyarakat." *Celebes of Linguistics Journal*, vol. 1 No. 2, 2019, pp. 11–18.
- Zumaro, Ilal Janati. "Implikatur Percakapan Dalam Sinetron 'Dunia Tebalik' Episode Ke-2006-2007 Di RCTI: Kajian Pragmatik." *Alinea: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*, vol. 10, no. 1, 2021, p. 85, doi:10.35194/alinea.v10i1.1250.

Tuturan Ilokusi pada Iklan Shopee di Youtube Tayangan Desember 2021-Januari 2022

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Novita Sari*, Purwati Anggraini. "Dekadensi Moral dalam Naskah Drama "Operasi" Karya Putu Wijaya", Dinamika, 2022 Publication	2%
2	journal.stkipsubang.ac.id Internet Source	2%
3	ejournal.unib.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	online-journal.unja.ac.id Internet Source	1%
6	zombiedoc.com Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On