

**DAYA PERLOKUSI WACANA IKLAN ROKOK  
DI DAERAH SURAKARTA**

**Naskah Publikasi**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Derajat  
Sarjana S-1



Disusun oleh:

**INDIAH CAHYANI**

**A 310 090 020**

**PENDIDIKAN BAHASA, SASTRA INDONESIA, DAN DAERAH  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2013**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. Ahmad Yani TromolPos 1-Pabelan, Kartasura Telp (0271) 717417 Fax : 715448 Surakarta 57102

---

---

**Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah**

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir :

Nama : Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, Hum.

NIK : 132 049 998

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/tugas akhir dari mahasiswa :

Nama : INDIAH CAHYANI

NIM : A.310090020

Program studi : PBSID

Judul skripsi : DAYA PERLOKUSI WACANA IKLAN ROKOK DI DAERAH  
SURAKARTA

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, 23 Mei 2013

Pembimbing,

(Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum.)

NIP/NIK. 132 049 998

## ABSTRAK

### DAYA PERLOKUSI WACANA IKLAN ROKOK

#### DI DAERAH SURAKARTA

INDIAH CAHYANI

A 3100 900 020

*Tujuan penelitian ini adalah (1) mendeskripsikan bentuk-bentuk perlokusi pada WIRDS, (2) mendeskripsikan strategi tindak tutur WIRDS. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu data yang dianalisis bukan data berupa angka-angka tetapi berupa kata-kata. Objek dalam penelitian ini adalah daya perlokusi WIRDS, sumber data pada penelitian ini adalah WIRDS. Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, simak, dan teknik catat. Teknik dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data yang berupa foto. Teknik simak adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyimak bahasa lisan maupun tulisan, sedangkan teknik catat adalah teknik yang dilakukan untuk mencatat data tuturan dalam iklan pada kartu data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode padan ekstralingual. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) bentuk-bentuk daya perlokusi pada WIRDS yakni direalisasikan menjadi empat daya perlokusi yaitu (a) ditinjau dari segi ekonomi yang diklasifikasikan dalam tiga wujud yaitu wujudnya berupa kata-kata, kata-kata dan ilustrasi gambar, dan harga (b) ditinjau dari segi psikologi (psikologi remaja dan psikologi budaya) keduanya diklasifikasikan menjadi dua wujud yakni wujud yang berupa kata-kata dan ilustrasi gambar, (c) ditinjau dari segi sosial diklasifikasikan menjadi dua wujud yakni kata-kata dan ilustrasi gambar, dan (d) ditinjau ditinjau dari segi kesehatan. (2) strategi daya perlokusi pada WIRDS direalisasikan dalam bentuk tuturan langsung dengan modus tuturan kalimat perintah dan strategi tidak langsung dengan modus kalimat berita.*

*Kata Kunci : bentuk-bentuk daya perlokusi, strategi daya perlokusi, WIRDS*

#### **1. Latar Belakang Penelitian**

Bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan. Begitu pentingnya peran bahasa dalam kehidupan manusia mengakibatkan ada beberapa cabang ilmu yang secara khusus mempelajari bahasa lebih mendalam dan salah satunya adalah cabang ilmu pragmatik.

Pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yaitu bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi (Wijana, 2009:4). Menurut Leech (dalam Wijana, 2009:5), pragmatis sebagai cabang ilmu bahasa yang mengkaji

penggunaan bahasa berintegrasi dengan tatabahasa yang terdiri dari fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik.

Cara yang tepat untuk mengawali suatu kajian mengenai verba tindak ujar ialah dengan menyajikan pembagian tindak ujar Austin (dalam Leech, 2011:316) melihat adanya tiga jenis tindak ujar, yaitu tindak lokusi (melakukan tindakan mengatakan sesuatu), tindak ilokusi (melakukan tindakan dalam mengatakan sesuatu), dan tindak perlokusi (melakukan tindakan dengan mengatakan sesuatu).

Konteks situasi berhubungan erat dengan pragmatik (*language in use*). Tiga macam tindak tutur dalam penggunaan bahasa (pragmatik): 1) lokusi, 2) ilokusi, dan 3) perlokusi. (1) tindak lokusi adalah suatu tindak berkata yang menghasilkan ujaran dengan makna dan acuan tertentu (“*the act of saying something*”); (2) kedua, tindak ilokusi adalah suatu tindak tutur yang dilakukan dalam mengatakan sesuatu, seperti pernyataan, janji, mengeluarkan perintah, permintaan, menasbihkan nama (misal nama kapal) (“*the act of doing something*”). (3) Tindak perlokusi adalah suatu tindak tutur yang dilakukan untuk mempengaruhi orang, misalnya membuat orang marah, menghibur (*the act of affecting/influencing someone/something*) Lyons (dalam Djajasudarma, 2012:73).

Iklan rokok di daerah Surakarta merupakan salah satu iklan terbesar di beberapa daerah. Bahasa yang digunakan penulis mampu mempengaruhi hati para pembaca sehingga pesan yang disampaikan dalam iklan tersampaikan dengan baik.

Pemilihan iklan rokok di daerah Surakarta, sebagai objek penelitian dengan mempertimbangkan ungkapan yang ada pada iklan rokok dirasa masih *up to date*. Beberapa ungkapan yang tertulis pada iklan cukup jelas bahwa merokok dapat menyebabkan kanker, namun kenyataannya masyarakat masih mengonsumsi produk tersebut. Bahkan, acara-acara besar disponsori oleh rokok.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian terhadap iklan rokok yang dilakukan dalam peneliti ini terkait dengan penggunaan

bahasa dalam ungkapan yang tertera pada iklan rokok. Penelitian ini akan menggunakan teori pragmatik sebagai acuan. Pemilihan pragmatik sebagai landasan teori berdasarkan alasan bahwa ilmu pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yaitu bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi (Wijana, 2008:4). Hal ini yang menjadikan ilmu pragmatik tepat apabila digunakan untuk menjawab permasalahan yang dipertanyakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini diberi judul *Daya Perlokusi Wacana Iklan Rokok di Daerah Surakarta*.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini menganalisis daya perlokusi wacana iklan rokok di daerah Surakarta. Penelitian deskriptif kualitatif artinya adalah data yang dianalisis bukan data berupa angka-angka (data kuantitatif), tetapi berupa kata-kata. Strategi yang digunakan penelitian ini adalah studi kasus (Mahsun, 2011:257).

Subyek pada penelitian ini adalah wacana iklan rokok di daerah Surakarta sedangkan obyek dalam penelitian ini berupa daya perlokusi yang terdapat pada iklan rokok.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah tuturan iklan rokok di daerah Surakarta. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, simak, dan catat. Teknik dokumentasi, teknik simak, adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyimak bahasa lisan maupun tulisan. Sedangkan teknik catat adalah teknik yang dilakukan dengan pencatatan pada kartu data kemudian dilanjutkan untuk pengklasifikasian data. Proses dokumentasi dilakukan untuk pencarian data di daerah Surakarta. Setelah proses dokumentasi tahap selanjutnya adalah proses simak untuk melakukan pemilihan data, kemudian proses pencatatan dilakukan ketika peneliti mencatat daerah dimana data diperoleh.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode padan ekstralingual ini digunakan untuk menganalisis unsur yang bersifat ekstralingual, seperti menghubungkan masalah bahasa dengan hal yang berada di luar bahasa (Mahsun, 2011:120). Penelitian ini mengungkapkan permasalahan tindak tutur perlokusi dalam wacana iklan rokok di daerah Surakarta.

### **3. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian yang dilakukan yaitu menganalisis tuturan-tuturan iklan rokok di daerah Surakarta. Peneliti mengambil data dari baleho, dan tempelan-tempelan yang berada di sepanjang jalan Surakarta.

Berdasarkan pemilihan data, peneliti mendapatkan 33 data yang dianalisis. Data yang diambil diklasifikasi berdasarkan tindak tutur perlokusi. Data yang diteliti difokuskan pada tuturan wacana iklan rokok yang disingkat menjadi WIRDS. Tuturan yang digunakan setiap produk rokok bervariasi sehingga masyarakat yang membaca tuturan tersebut tertarik dengan apa yang ingin disampaikan penutur. WIRDS akan dikaji dan dianalisis menggunakan teori pragmatik. Data dipilih kemudian dikelompokkan berdasar teori-teori yang digunakan.

#### **3.1 Bentuk-bentuk Daya Perlokusi pada WIRDS**

Menurut Wijana (2009:23), sebuah tuturan yang diutarakan oleh seseorang seringkali mempunyai daya pengaruh (*perlocutionary force*), atau efek bagi yang mendengarnya. Efek atau daya pengaruh ini dapat secara sengaja atau tidak sengaja dikreasikan oleh penuturnya. Tindak tutur yang pengutaraannya dimaksudkan untuk mempengaruhi lawan tutur disebut dengan tindak perlokusi.

Penelitian yang mengambil objek iklan rokok di daerah Surakarta ini memperoleh 33 data. Penelitian pada bagian ini menganalisis berbagai tindak tutur yang digunakan WIRDS. Analisis tindak tutur ini bertujuan mengetahui bentuk-bentuk daya perlokusi pada WIR di Surakarta ini tidak lepas dari ekonomi, psikologi, sosial, dan kesehatan. Bentuk analisis data perlokusi WIRDS sebagai berikut.

### 3.1.1 Daya Perlokusi Ditinjau Dari Segi Ekonomi

Tindak tutur perlokusi ditinjau dari segi ekonomi adalah bagaimana suatu iklan dapat mempengaruhi mitra tutur atau pembaca untuk membeli produk yang ditawarkan oleh iklan tersebut, dan juga cara pengemasan iklan yang disuguhkan kepada pembaca.

#### a. Wujudnya Berupa Kata-kata dan Ilustrasi Gambar

Hasil analisis data yang telah peneliti lakukan didapatkan wujud dari kata-kata dan ilustrasi gambar. Hal itu diperkuat karena daya yang mempengaruhi mitra tutur bukan hanya kata-katanya saja tapi juga didukung oleh ilustrasi gambar.

Eksplikatur	: Djarum super <i>adventure</i> (petualangan) Uji nyalimu taklukan rintangan
Konteks	: Penutur adalah iklan rokok djarum super sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok djarum super ini adalah “tantangan” sedangkan untuk lokasi iklan berada di Sekar Pace
Maksud	: Penutur bermaksud menyampaikan pesan pada mitra tutur (pembaca) untuk menjadi seorang pemberani dalam segala hal. Maksud dari tuturan tersebut jika diartikan ke dalam maksud iklan tersebut adalah supaya pembaca tidak takut untuk merokok. (Data 04/Lampiran 2)

Data (04) merupakan tindak tutur perlokusi karena secara langsung akan mempengaruhi mitra tutur atau pembaca untuk membeli produk rokok yang ditawarkan karena rasa ingin tahu mitra tutur tentang rasa produk rokok yang ditawarkan. Data (04) tersebut berisi tentang ekonomi, dari kalimat “Uji nyalimu taklukan rintangan” mencerminkan sebuah dinamika hidup yang diilustrasikan yaitu berupa mobil jip mewah yang sedang dikemudikan oleh seorang laki-laki melintasi jalan yang berair.

## b. Wujudnya Berupa Kata-kata

Hasil analisis data yang telah peneliti lakukan didapatkan wujud daya perlokusi yaitu dari kata-kata. Hal itu karena penutur berusaha mempengaruhi mitra tutur langsung dari kata-kata yang dituturkan. Penutur berusaha mempengaruhi mitra tutur dengan mendeskripsikan produk rokok yang penutur tawarkan.

Eksplikatur	: <i>New smoothness innovative double filter</i>
Konteks	: Penutur adalah iklan rokok djarum super black sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok A Mild ini adalah “inovasi” sedangkan untuk lokasi iklan berada di Slamet Riyadi
Maksud	: Penutur bermaksud menyampaikan pesan pada mitra tutur (pembaca) untuk untuk percaya dan yakin bahwa rokok tersebut benar-benar halus sesuai dengan kalimat pada iklan tersebut. Dengan demikian mitra tutur atau pembaca yakin bahwa apa yang tertera pada iklan tersebut benar adanya dan pembaca akan tertarik untuk membelinya.

(Data 07/Lampiran 4)

Data di atas merupakan tindak tutur perlokusi karena pada kalimat “*New smoothness innovative double filter*” pada iklan rokok Djarum black mild tersebut dapat mempengaruhi lawan tuturnya secara langsung, yaitu dengan menerangkan produk yang Pn tawarkan pad Mt. Data (07) tersebut berisi ekonomi karena wacana tersebut memberikan pengertian atau menginformasikan kepada Mt bahwa rokok yang Pn tawarkan adalah inovasi terbaru dua kali penyaringan lebih halus. Pada kalimat tersebut meyakinkan pembaca atau mitra tutur untuk percaya dan yakin bahwa rokok tersebut benar-benar halus sesuai dengan kalimat pada iklan tersebut. Dengan demikian mitra tutur atau pembaca yakin bahwa apa yang tertera pada iklan tersebut benar adanya dan pembaca akan tertarik untuk membelinya.



### c. Wujudnya Berupa Harga yang Ditawarkan

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti ditemukan adanya daya perlokusi dengan langsung mencantumkan harga pada iklan rokok. Hal itu dilakukan supaya mitra tutur terpengaruh untuk membeli produk rokok yang ditawarkan.

Eksplikatur : lebih mantap...Rp.5000,- 12 batang!  
Konteks : Penutur adalah iklan rokok apache sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok apache ini adalah "rasa" sedangkan untuk lokasi iklan berada di Jebres  
Maksud : Penutur bermaksud menyampaikan pesan pada mitra tutur (pembaca) bahwa rokok Apache yang ditawarkan rasanya lebih mantap.

(Data 10/Lampiran 5)

Data (10) di atas menunjukkan sebuah tindak tutur perlokusi dimana penutur (iklan rokok apache) dapat mempengaruhi secara langsung yaitu menuliskan kalimat "lebih mantap!" pada wacana iklan untuk meyakinkan pembaca iklan tersebut. Meyakinkan di sini yakni meyakinkan pembaca untuk membeli rokok Apache karena rasanya yang lebih mantap. Dengan mencantumkan harga pada iklan tersebut penutur berusaha mempengaruhi pembaca untuk membeli rokok yang ditawarkan.

Data (10) tersebut berisi ekonomi karena wacana tersebut memberikan informasi kepada Mt bahwa rokok Apache dengan harga Rp.5000,-mendapat rokok 12 batang dan rasanya lebih mantap.

### 3.1.2 Daya Perlokusi Ditinjau Dari Segi Psikologi

#### a. Psikologi Remaja

Psikologi remaja adalah sebuah pengaruh dari apa yang dilihat kemudian berusaha untuk ditiru remaja tersebut. Iklan rokok ini sebagian besar juga mempengaruhi psikologi remaja, khususnya

dari kata-kata yang digunakan dan desain gambar iklan yang ditampilkan.

### 1) Wujudnya Berupa Kata-kata dan Ilustrasi Gambar

Hasil analisis data yang telah peneliti lakukan didapatkan wujud dari kata-kata dan ilustrasi gambar. Hal itu diperkuat karena daya yang mempengaruhi mitra tutur bukan hanya kata-katanya saja tapi juga didukung oleh ilustrasi gambar.

Eksplikatur	: Hilang arah <i>go a head</i> (segera bangkit)
Konteks	: Penutur adalah iklan rokok A mild sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok A Mild ini adalah “semangat” sedangkan untuk lokasi iklan berada di Serengan
Maksud	: Penutur bermaksud untuk menyampaikan pesan kepada pembaca (mitra tutur) dengan mengajak mitra tutur untuk tetap semangat lewat tuturan yang tertera pada iklan “hilang arah <i>go a head</i> ” yang berarti ketika hilang arah hendaknya harus tetap semangat dan lekas bangkit. (Data 01/Lampiran 1)

Data (01) merupakan tindak tutur perlokusi karena secara langsung akan mempengaruhi mitra tuturnya atau pembaca untuk meniru gaya hidup ala remaja masa kini, karena rasa ingin tahu mitra tutur tentang suasana yang digambarkan pada iklan tersebut. Data (01) tersebut berisi tentang psikologi remaja karena dari ilustrasi gambar yang disajikan mendeskripsikan mengenai gaya hidup remaja jaman sekarang yaitu seorang laki-laki dan perempuan berdua menikmati indahny sore hari. Selain itu kata “*go ahead*” berusaha mempengaruhi pembaca untuk mengikuti perintahnya (Pn).

## 2) Wujudnya Berupa Kata-kata

Hasil analisis data yang telah peneliti lakukan didapatkan wujud daya perlokusi yaitu dari kata-kata. Hal itu karena penutur berusaha mempengaruhi mitra tutur langsung dari kata-kata yang dituturkan. Penutur berusaha mempengaruhi mitra tutur dengan mendeskripsikan produk rokok yang penutur tawarkan.

(1) Eksplikatur : Pencetus pengikut *go a head* (segera bangkit)

Konteks : Penutur adalah iklan rokok A mild sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok A Mild ini adalah “pelampiasan” sedangkan untuk lokasi iklan berada di Slamet Riyadi

Maksud : Penutur bermaksud menyampaikan pesan pada mitra tutur (pembaca) iklan tersebut mempengaruhi si pembaca untuk melakukan sesuatu yakni menjadi pengikut *go a head*. Tuturan yang terdapat pada “Pencetus pengikut go a head” dilakukan untuk mempengaruhi pembaca supaya pembaca atau mitra tutur melakukan tindakan seperti yang nampak pada iklan.

(Data 06/Lampiran 3)

Data (06) merupakan tindak tutur perlokusi karena secara langsung akan mempengaruhi mitra tuturnya atau pembaca untuk mengikuti gaya hidup sekarang yaitu gaya hidup merokok karena rasa ingin tahu mitra tutur tentang gambar yang disajikan. Data (06) tersebut berisi tentang psikologi remaja karena dari kata-kata yang disajikan mendeskripsikan mengenai bagaimana seorang remaja bisa mengikuti seseorang untuk merokok.

### b. Psikologi Budaya

Psikologi budaya adalah sebuah pengaruh yang berusaha mempengaruhi pola pikir perkembangan budaya dalam masyarakat.

## 1) Wujudnya Berupa Kata-kata

Hasil analisis data yang telah peneliti lakukan didapatkan wujud daya perlokusi yaitu dari kata-kata. Hal itu karena penutur berusaha mempengaruhi mitra tutur langsung dari kata-kata yang dituturkan. Penutur berusaha mempengaruhi mitra tutur dengan mendeskripsikan produk rokok yang penutur tawarkan.

Eksplikatur	: Siang dipendam malam balas dendam
Konteks	:Penutur adalah iklan rokok A mild sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok A Mild ini adalah “pelampiasan” sedangkan untuk lokasi iklan berada di Manahan
Maksud	: Penutur bermaksud menyampaikan pesan pada mitra tutur (pembaca) untuk melampiaskan keinginan mereka yang terrunda. Pada iklan tersebut tertera gambar piring-piring dan gelas-gelas yang berarti melampiaskan semua hasrat untuk makan.

(Data 03/Lampiran 2)

Data (03) merupakan tindak tutur perlokusi karena secara langsung akan mempengaruhi mitra tuturnya atau pembaca untuk membudayakan budaya berkumpul dalam segala suasana karena rasa ingin tahu mitra tutur tentang suasana yang digambarkan pada iklan tersebut. Data (03) tersebut berisi tentang psikologi budaya, karena dari yang dituliskan berarti bisa mempengaruhi Mt untuk selalu membudayakan waktu untuk berkumpul.

## 2) Wujudnya Berupa Ilustrasi Gambar

Hasil analisis data yang telah peneliti lakukan didapatkan wujud dari ilustrasi gambar. Hal itu dibuktikan dengan menggunakan media ilustrasi gambar penutur berusaha mempengaruhi mitra tutur. Penutur berusaha mempengaruhi mitra tutur dengan menonjolkan ilustrasi gambar.

Eksplikatur	: saatnya <i>relax</i> (santai)
Konteks	: Penutur adalah iklan rokok mild sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok Mild ini adalah “santai” sedangkan untuk lokasi iklan berada di Kentingan
Maksud	:Penutur bermaksud menyampaikan pesan pada mitra tutur (pembaca) untuk menikmati istirahat dengan relax. “Saatnya relax” yang dimaksudkan disini adalah pembaca (mitra tutur) dipengaruhi untuk menikmati rokok yang penutur tawarkan ketika pembaca (mitra tutur) relax. (Data 26/Lampiran 13)

Data (26) merupakan tindak tutur perlokusi karena secara langsung akan mempengaruhi mitra tuturnya atau pembaca untuk meniru gaya hidup santai karena rasa ingin tahu mitra tutur tentang suasana yang digambarkan pada iklan tersebut. Data (26) tersebut berisi tentang psikologi budaya karena dari ilustrasi gambar yang mendeskripsikan tentang suasana kehangatan berkumpul dengan teman-teman untuk bersantai saling menyambung silaturahmi.

### 3.1.2 Daya Perlokusi Ditinjau Dari Segi Sosial

Tindak tutur perlokusi ditinjau dari segi sosial yang dimaksudkan di sini adalah sebuah pengaruh yang bisa mempengaruhi masyarakat untuk saling tolong-menolong, menghargai, dan semua masalah yang berhubungan dengan sosial.

#### a. Wujudnya Berupa Kata-kata

(2) Eksplikatur	: Bahu membahu...teman yang asyik
Konteks	:Penutur adalah iklan rokok sampoerna sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok sampoerna ini adalah “gotong

royong” sedangkan untuk lokasi iklan berada di Nusukan

Maksud :Penutur bermaksud menyampaikan pesan pada mitra tutur (pembaca) untuk mempengaruhi pembaca atau mitra tutur untuk saling membantu dan seperti itulah teman yang asyik. Sehingga secara otomatis mitra tutur atau pembaca percaya pada iklan rokok yang tersebut bahwa yang mereka berikan adalah baik. Sehingga dengan cepat pembaca akan terpengaruh dan percaya pada iklan rokok tersebut.

(Data 20/Lampiran 10)

Data (20) merupakan tindak tutur perlokusi karena secara langsung akan mempengaruhi mitra tuturnya atau pembaca untuk meniru gaya hidup yang tertera pada gambar karena rasa ingin tahu mitra tutur tentang suasana yang digambarkan pada iklan tersebut. Data (20) tersebut berisi tentang sosial karena dari yang mendeskripsikan mengenai gaya hidup yang saling membantu antar teman dan ditandai dengan kata “bahu membahu”.

**b. Wujudnya Berupa Ilustrasi Gambar**

Eksplikatur : teman yang asyik

Konteks : Penutur adalah iklan rokok sampurna sedangkan mitra tuturnya adalah pembaca (konsumen). Untuk topik pada wacana iklan rokok sukun premier ini adalah “teman” sedangkan untuk lokasi iklan berada di Sriwedari

Maksud : Penutur berusaha meyakinkan pembaca dengan memuji teman yang ada disekeliling bahwa teman mereka adalah teman yang asyik.

(Data 14/Lampiran 7)

Data (14) merupakan tindak tutur perlokusi karena secara langsung akan mempengaruhi mitra tuturnya atau pembaca untuk meniru gaya hidup mempunyai teman yang asyik karena rasa ingin tahu mitra tutur bagaimana teman yang asyik itu. Data (14) tersebut berisi tentang sosial karena menggambarkan bagaimana bersosialisasi dengan baik dan tidak membeda-bedakan teman.

### **3.1.4 Daya Perokusi Ditinjau Dari Segi Kesehatan**

Di dalam 33 data yang peneliti peroleh, semua data Pn mencantumkan kata-kata dalam iklannya yang berupa informasi berupa himbauan dan peringatan mengenai bahaya merokok bagi kesehatan. Himbauan tersebut tertera pada iklan bagian bawah dan biasanya ditulis dengan *font* tidak terlalu besar.

Eksplikatur : merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin.

Kata-kata yang berupa himbuan untuk kesehatan diberikan pada Mt agar Mt tahu bahwa merokok sangat merugikan kesehatan. Kata-kata tersebut adalah “ merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin”. Kata-kata tersebut sengaja dituliskan Pn pada iklannya supaya Mt terpengaruh dan memahami makna yang tersirat dalam kalimat tersebut.

## **3.2 Strategi Tindak Tutur Perlokusi**

Komunikasi antara iklan rokok (Pn) dan pembaca (Mt) merupakan salah satu bentuk peristiwa bahasa yang dibentuk tindak tutur. Demikian pula dengan komunikasi iklan sebagai media promosi di daerah Surakarta terbentuk atas tindak tutur yang mengandung berbagai maksud dari iklan rokok tersebut (Pn) kepada pembaca, tuturan tersebut diutarakan secara langsung kepada melalui media baleho di daerah Surakarta. Penelitian ini akan menganalisis berbagai tindak tutur yang digunakan iklan rokok (Pn).

### **3.2.1 Strategi Tindak Tutur langsung**

Menurut Wijana (2009:28) Secara formal berdasarkan modusnya, kalimat dibedakan menjadi kalimat berita (deklaratif), kalimat tanya (*interogative*), dan kalimat perintah (imperatif). Secara konvensional kalimat berita (deklaratif) digunakan untuk memberikan sesuatu, dan kalimat perintah untuk menyatakan

perintah, ajakan, permintaan, atau permohonan. Bila kalimat berita difungsikan secara konvensional untuk mengatakan sesuatu, kalimat tanya untuk bertanya, dan kalimat perintah untuk menyuruh, mengajak, memohon dan sebagainya maka akan terbentuklah tindak tutur langsung (*direct speech*).

### 3.2.1.1 Kalimat Perintah

Kalimat perintah adalah kalimat yang berfungsi untuk memerintah atau menyuruh lawan tutur tentang sesuatu hal yang terkandung dalam kalimat tersebut.

“Uji nyalimu taklukan rintangan”

TTL : Uji nyalimu

PL : Imperatif

PNL : Pn adalah iklan rokok Djarum super  
Pn menyuruh pada Mt untuk tidak takut

Maksud : menyuruh kepada Mt bahwa jangan takut menghadapi suatu tantangan

(data 04/lampiran 2)

Tuturan Pn pada data (04) merupakan tuturan langsung yang menggunakan modus kalimat perintah. Perintah yang diutarakan (04) adalah perintah yang ditujukan kepada Mt agar jangan takut dalam menghadapi sebuah tantangan. Ayo taklukan dan jangan sembunyi. Pada tuturan data (04) di atas ditandai dengan penanda lingual yaitu “uji nyalimu”

## 3.2.2 Strategi Tindak Tutur Tidak Langsung

### 3.2.2.1. Kalimat Berita

Kalimat berita adalah kalimat yang berfungsi untuk memberitahukan sesuatu.

“*new smoothness innovative double filter*”

TTL : *new smoothness innovative double filter*

PL : Deklaratif

PNL : Pn adalah iklan rokok Black Mild  
Pn menginformasikan pada Mt tentang sebuah tantangan

Mt adalah pembaca

Maksud TTL : Memberikan sebuah informasi kepada Mt bahwa hidup adalah sebuah tantangan



(data 7/lampiran 4)

Tuturan Pn pada data (7) merupakan tuturan tidak langsung yang menggunakan modus kalimat berita. Tuturan pada data (07) bermaksud untuk memberikan berita bahwa rokok Black Mild berusaha memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan, berusaha mendeskripsikan produk yang ditawarkan.

Pada tuturan data (07) di atas ditandai dengan penanda lingual dari eksplikatur itu sendiri yaitu “*new smoothness innovative double filter*”.

#### **4. Simpulan**

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) bentuk-bentuk daya perlokusi pada WIRDS yakni direalisasikan menjadi empat daya perlokusi yaitu (a) ditinjau dari segi ekonomi yang diklasifikasikan dalam tiga wujud yaitu wujudnya berupa kata-kata, kata-kata dan ilustrasi gambar, dan harga (b) ditinjau dari segi psikologi (psikologi remaja dan psikologi budaya) keduanya diklasifikasikan menjadi dua wujud yakni wujud yang berupa kata-kata dan ilustrasi gambar, (c) ditinjau dari segi sosial diklasifikasikan menjadi dua wujud yakni kata-kata dan ilustrasi gambar, dan (d) ditinjau ditinjau dari segi kesehatan. (2) strategi daya perlokusi pada WIRDS direalisasikan dalam bentuk tuturan langsung dengan modus tuturan kalimat perintah dan strategi tidak langsung dengan modus kalimat berita.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

Djasudarma, Fatimah.2012. *Wacana dan Pragmatik*. Bandung:Rafika Aditama.

Mahsun, M.S.2011.*Metode Penelitian Bahasa Tahapan Strategi Metode dan Tekniknya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Leech,Geoffrey.2011.*Prinsip-PrinsipPragmatik*.Jakarta:Universitas Indonesia.

Sudaryanto. 2001. *Metode dan Aneka Teknik Analiis Bahasa (Pengantar Pnelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik)*. Yogyakarta. Duta Wacana Unive.

Wijana, I Dewa Putu dan Muhamad Rohmadi. 2009. *Analisis Wacana Pragmatik Kjian Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka.