

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Banyaknya perkembangan dalam berkomunikasi yang berbentuk tindak tutur saat ini sehingga muncul alat atau media baru yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempermudah dalam berkomunikasi. Media baru bisa berupa cetak maupun elektronik. Perkembangan teknologi tidak mengharuskan seorang penutur bertemu langsung dengan mitra tuturnya. Penutur dapat mengirim pesan kepada mitra tutur lewat media elektronik. Internet merupakan salah satu media elektronik yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Masyarakat menggunakan internet untuk mendapatkan informasi.

Salah satu pekerjaan yang dilakukan manusia adalah bisnis *online* yang mulai marak digunakan di negara-negara maju seperti negara Indonesia, sebagai sarana mempermudah menjual dan membeli barang atau jasa. Dengan cara membuat dan memasang sebuah iklan manusia menggunakan interaksi jual-beli menjadi mudah dan cepat.

Iklan merupakan berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai tentang benda atau jasa yang ditawarkan, dan komunikasi pada media masa bersifat tidak langsung kalimat yang disusun dalam iklan biasanya rapi atau bahkan berupa wacana untuk menarik konsumen. Iklan sebagai alat komunikasi atau penghubung penjual dan pembeli yang menawarkan barang atau jasa.

Perkembangan internet yang semakin hari semakin mudah diakses dimanapun kapanpun membuat berbagai hal kini sangat mudah ditemukan di internet. Salah satu yang paling sering dicari di internet adalah situs jual-beli *online*. Jual-beli saat ini sudah berubah, dari sistem jual-beli tradisional menjadi sistem jual-beli *online* yang memanfaatkan teknologi internet. Sistem tersebut, yang dulunya mengharuskan pertemuan langsung antara pedagang dan pembeli di tempat menjadi lebih mudah tanpa harus bertemu langsung dengan hanya menggunakan media penghubung internet. Hal ini tentunya sangat memberi keuntungan bagi penjual maupun pembeli.

Situs jual-beli *online* terbesar di Indonesia, menurut *online Shopping Top Brand Award 2012*, www.tokobagus.com menyediakan berbagai alat komunikasi yang mudah, cepat, dan gratis memasang iklan. Penjual dan pembeli mencari beragam produk barang bekas dan barang baru untuk kebutuhan sehari-hari. Barang yang dapat dicari mulai berbagai alat elektronik, peralatan rumah tangga, *hobby* barang koleksi, dan telepon genggam. Setiap detik iklan selalu baru, peneliti memilih data dari sebuah situs *online* www.tokobagus.com terdapat banyak penggunaan tuturan-tuturan yang secara tidak langsung dalam menyampaikan maksudnya. Misalnya, tidak semua orang mampu memahami maksud yang ingin disampaikan oleh penuturnya, dalam hal ini adalah pembaca iklan sering kesulitan ditemui ketika mengidentifikasi maksud yang ada dalam iklan.

Iklan telepon genggam yang bermacam-macam mengandung maksud dalam berkomunikasi. Tujuan tuturan merupakan salah satu aspek

yang harus hadir di dalam suatu tuturan. Karena yang dimaksud dalam tujuan tuturan tersebut yakni upaya untuk mencapai sesuatu hasil yang dikehendaki oleh penutur kepada mitra tutur. Tujuannya yaitu untuk menyampaikan informasi, menawarkan, menyampaikan berita, membujuk, menyarankan, dan memerintah.

Tindakan pada saat bertutur disebut dengan tindak tutur. Manusia melakukan berbagai komunikasi dan menggunakan bahasa lisan maupun tulisan setiap hari, bahasa yang dipakai salah satunya tindak tutur komisif. (Yule, 2006:5). Sedangkan menurut Searle dalam Leech (1993:163) tindak tutur komisif berkaitan dengan tindakan dimasa yang akan datang. Pemahaman mengenai tindak tutur komisif sangat diperlukan dalam sebuah komunikasi lisan maupun berbentuk tulisan karena manusia sering mengalami permasalahan dalam berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang baik. Sehubungan dengan hal diatas, seseorang dapat melakukan tindakan sesuai dengan makna, maksud, dan tujuan mereka bertutur.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian terhadap iklan telepon genggam pada situs *online* www.tokobagus.com yang dilakukan dalam penelitian ini terkait dengan penggunaan bahasa dalam ungkapan yang tertera pada iklan telepon genggam. Penelitian ini akan menggunakan kajian pragmatik sebagai acuan. Pemilihan pragmatik sebagai kajian teori berdasarkan alasan bahwa ilmu pragmatik adalah cabang yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal bagi lawan tutur untuk memahami maksud penutur (Rohmadi 2010:3). Maksud penutur

dapat dipahami secara tersirat maupun tersurat dengan memahami *referen-referent* yang diacu (Rohmadi, 2010:4). Hal ini yang menjadikan kajian pragmatik tepat apabila digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang dipertanyakan dalam penelitian ini.

Oleh karena itu, peneliti berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut terhadap iklan telepon genggam yang termuat disitus *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014. Peneliti beranggapan bahwa perlu diadakan suatu penelitian ilmiah untuk memahami ruang lingkup yang ada dalam sebuah kajian pragmatik. Karena studi ini mengharuskan kita untuk memahami maksud penutur dan apa yang ada dalam pikiran mereka.

B. Pembatasan Masalah

Pengertian batasan adalah ruang lingkup, batasan juga dapat dikemukakan pada bagian variabel-variabel yang diteliti, populasi subjek penelitian, dan lokasi penelitian. Dalam penelitian ini permasalahan yang dibatasi adalah tindak tutur komisif, pemilihan kategori lokasi yaitu memilih provinsi Jawa Tengah dan memilih kota Surakarta sebagai objek penelitian dalam iklan telepon genggam disitus *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014.

C. Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah bentuk tindak tutur komisif dalam iklan telepon genggam disitus *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014?
2. Bagaimanakah maksud tindak tutur komisif dalam iklan telepon genggam disitus *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014?

3. Bagaimanakah bentuk pemetaan tindak tutur komisif yang terdapat dalam iklan telepon genggam disitus *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014?

D. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bentuk tindak tutur komisif dalam iklan telepon genggam disitus *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014.
2. Memaparkan maksud tindak tutur komisif dalam iklan telepon genggam disitus *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014.
3. Mendeskripsikan bentuk pemetaan tindak tutur komisif dalam iklan telepon genggam disitus *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014.

E. Manfaat Penelitian

1. Teoretis

- a. Penelitian ini bisa menjadi referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian berikutnya.
- b. Memperkaya pengetahuan terhadap kajian bahasa khususnya kajian pragmatik, iklan telepon genggam dalam situs *online www.tokobagus.com* bulan Mei 2014.

2. Praktis

- a. Penelitian ini memungkinkan para pembaca mengetahui dalam bahasa Indonesia, anggota masyarakat bahasa akan dapat lebih mudah membina dan menjalin kerja sama dalam berkomunikasi dengan sesamanya.
- b. Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang kajian pragmatik, mengenai kajian pragmatik khususnya tindak tutur.