

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Iklan dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, menuntut massa berperan dalam memberitahukan atau menginformasikan hasil perkembangan ilmu dan teknologi tersebut. Iklan terdiri dari dua macam, yaitu iklan barang dan jasa. Iklan merupakan kegiatan untuk mempromosikan barang dan jasa secara informatif dan iklan tersebut sangat menunjang tersampainya produk kepada masyarakat.

Komunikasi alat utama bahasa, sudah tentu menjadi perhatian utama ketika orang berbahasa adalah tersampainya informasi dalam tuturan kepada mitra tutur atau lawan tutur. Berkomunikasi akan memungkinkan manusia untuk menanggapi, menyusun, dan mengungkapkan segala sesuatu yang ada di sekitarnya sebagai bahan komunikasi. Selain itu dalam proses komunikasi juga terjadi tindak tutur. Suatu proses komunikasi tidak terlepas adanya tindak tutur atau pun suatu peristiwa tutur. Bahasa juga dapat digunakan untuk mempengaruhi lawan tuturnya. Dalam kajian pragmatik sangat cocok untuk digunakan dalam mengkaji suatu bahasa.

Pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca). Tipe studi ini perlu melibatkan penafsiran tentang apa yang dimaksud orang dalam suatu konteks khusus dan bagaimana konteks itu berpengaruh terhadap apa yang dikatakan. Diperlukan suatu pertimbangan tentang bagaimana cara

penutur mengatur apa yang ingin mereka katakan yang disesuaikan dengan orang yang mereka ajak bicara, dimana, kapan, dan dalam keadaan apa (Yule,2006:3-4).

Tindak tutur adalah suatu tindakan yang ditampilkan lewat tuturan. Misal permintaan maaf, keluhan, pujian, undangan, janji, dan permohonan (Yule, 2006:82-83). Penutur berharap mitra tutur memahami maksud pendengar atau lawan tutur. Penutur dan lawan tutur biasanya terbantu oleh situasi tutur. Salah satu tindak tutur yaitu tindak tutur ilokusi yang berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu, dapat juga dipergunakan untuk melakukan sesuatu. Maka hal ini akan terjadi, tindak tutur yang terbentuk adalah tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi disebut sebagai *The Act of Doing Something* (Wijana dan Muhammad Rohmadi, 2011:23).

Sarle dalam (Wijana dan Rohmadi, 2011:20) mengemukakan secara pragmatis setidaknya-tidaknya ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh penutur, yakni tindak lokusi (*Locutionary Act*), tindak ilokusi (*Ilocutionary Act*), dan tindak perlokusi (*Perlocutinary Act*). Kajian pragmatik lebih menitikberatkan pada kajian ilokusi dan perlokusi daripada lokusi sebab di dalam lokusi terdapat jarak (maksud dan fungsi tuturan), perlokusi berarti terjadi tindakan sebagai dari daya ujaran tersebut. Sementara itu, di dalam lokusi belum adanya terlihat fungsi ujaran, yang ada barulah makna kata/kalimat yang diujarkan.

Pentingnya komunikasi mendorong manusia lebih kreatif menciptakan media-media baru sebagai sarana untuk mempermudah proses

komunikasi. Wujud media komunikasi misalnya media cetak dan elektronik. Dua media komunikasi ini merupakan sarana komunikasi tidak langsung antara penutur dan mitra tutur. Penutur dan mitra tutur dapat berinteraksi dan mengirimkan pesan meskipun tidak bertemu secara langsung atau berada di tempat yang berjauhan. Hasilnya suatu pesan dapat diterima oleh banyak orang pada waktu yang bersamaan. Pemilihan pada iklan pemasaran *Agung Podomoro City* sebagai objek penelitian dengan mempertimbangkan kalimat-kalimat yang digunakan untuk menarik pelanggannya. Dialog-dialog yang disampaikan sangat kreatif dan inovatif sehingga lebih menarik para pembeli.

Acara Agung Podomoro City merupakan sebuah acara pemasaran di Trans7 yang disajikan dalam bentuk santai tapi memikat. Topik pembicaraan yang dimunculkan berguna untuk memikat para investor dan pengusaha yang membutuhkan tempat kerja/kantor. Program ini tayang setiap hari Minggu jam 08.00 WIB.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti menjadikan iklan pemasaran gedung perkantoran *Agung Podomoro City* sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut serta mempunyai andil dalam perkembangan bahasa Indonesia. Hal tersebut melatar belakangi peneliti untuk mengkaji mengenai tindak tutur ilokusi, karena bahasa sangat penting untuk digunakan dalam komunikasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya ada dua masalah yang perlu dibahas.

1. Bagaimana bentuk bahasa tindak tutur ilokusi pada iklan pemasaran gedung perkantoran *Agung Podomoro City*?
2. Apa pengaruh penggunaan bahasa tindak tutur ilokusi pada iklan pemasaran gedung perkantoran *Agung Podomoro City*?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua tujuan yang ingin dicapai.

1. Untuk mengidentifikasi tindak tutur ilokusi pada iklan pemasaran gedung perkantoran *Agung Podomoro City*.
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh penggunaan tindak tutur ilokusi pada iklan pemasaran gedung perkantoran *Agung Podomoro City*.

D. Manfaat Penelitian

Pada hakikatnya penelitian dilakukan untuk mendapatkan suatu manfaat. Manfaat penelitian manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah penelitian di bidang kebahasaan, khususnya tindak tutur.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai penggunaan bahasa tindak tutur ilokusi pada iklan pemasaran gedung perkantoran *Agung Podomoro City*.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan sangatlah penting. Artinya dengan adanya sistematika penulisan, peneliti dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai langkah-langkah dalam penulisan laporan penelitian. Penulisan skripsi ini terdiri atas lima bab yaitu sebagai berikut:

Bab I, berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang permasalahan penelitian, perumusan masalah dalam penelitian, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian, manfaat penelitian dan sistematika. Bab II, tinjauan pustaka berisi tentang kajian teori, penelitian yang relevan dan kerangka berfikir. Bab III, metode penelitian yang meliputi tempat atau waktu penelitian, jenis dan strategi penelitian, objek penelitian, data dan sumber data, tehnik pengumpulan data, keabsahan data, tehnik analisis data, serta prosedur penelitian. Bab IV, hasil pembahasan yang berisi deskripsi lokasi penelitian, deskripsi hasil penelitian dan pembahasan, dan temuan studi yang dihubungkan dengan kajian teori. Bab V merupakan bab akhir atau penutup yang terdiri atas simpulan dan saran. Bagian akhir pada skripsi ini disertakan daftar pustaka serta lampiran-lampiran