

**ANALISIS TINDAK TUTUR ASERTIF
IKLAN ELEKTRONIK TELEPON GENGAM DI BERNIAGA.COM
EDISI FEBRUARI 2014**

NASKAH PUBLIKASI



Oleh :

Mohamat Budi Utomo

A 310 100 061

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

2016



Surat Persetujuan Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir :

Nama : Dra. Atiqa Sabardila, M. Hum

NIK : 472

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

Nama Mahasiwa : Mohamat Budi Utomo

NIM : A. 310 100 061

Jur/Program : FKIP PBSI

Judul Skripsi : "ANALISIS TINDAK TUTUR ASERTIF
IKLAN ELEKTRONIK TELEPON GENGAM DI
BERNIAGA.COM EDISI FEBUARI 2014"

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan dibuat, semoga dapat digunakan seperlunya.

Surakarta, 20 Mei 2015

Pembimbing

Drs. Atiqa Sabardila, M.Hum

NIK. 472

ABSTRAKSI

ANALISIS TINDAK TUTUR ASERTIF

IKLAN ELEKTRONIK TELEPON GENGAM DI BERNIAGA.COM

EDISI FEBUARI 2014

Mohamat Budi Utomo. A 310 100 061. Jurusan Pendidikan bahasa dan sastra Indonesia. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. UMS 2010. Penelitian ini memiliki 2 tujuan : 1) Mendeskripsikan bentuk tindak tutur asertif iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Februari 2014. 2) mendeskripsikan factor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Februari 2014. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif karena data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik simak dan teknik catat. Teknik simak dan teknik catat berarti peneliti sebagai instrument kunci melakukan penyimak secara cermat, terarah, dan teliti terhadap sumber data primer. Berdasarkan data penelitian dapat disimpulkan bahwa 1) terdapat tiga jenis tindak tutur asertif iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Februari 2014. Jenis tindak tutur asertif yang digunakan meliputi a) bentuk asertif menyarankan, b) bentuk asertif menyarankan, c) bentuk asertif mengklaim. 2) terdapat sebelas macam hal yang melatar belakangi terjadinya tindak tutur asertif iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Februari 2014. Adapun hal yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif diantaranya a) berdasarkan telepon genggam yang di jual penutur, b) berdasarkan kondisi telepon genggam, c) berdasarkan tempat tinggal penutur, d) berdasarkan system yang digunakan telepon genggam, e) berdasarkan nomor telepon yang digunakan penutur, f) berdasarkan harga yang diinginkan penutur, g) berdasarkan spesifikasi telepon genggam, h) berdasarkan kelengkapan telepon genggam, i) berdasarkan garansi telepon genggam yang masih berlaku, j) berdasarkan harga pasti dari penutur, dan k) berdasarkan keadaan ekonomi penutur.

Kata kunci : *tindak tutur, asertif*

ABSTRACT

This study has two objectives: 1) Describe the form of speech acts assertive electronic advertising in the mobile phone edition berniaga.com February 2014. 2) describe the factors behind the occurrence of speech acts assertive electronic advertising berniaga.com mobile phone in February 2014 edition. This research uses qualitative descriptive. This study used a qualitative descriptive because the data collected in the form of words, pictures, and not numbers. data collection techniques used in this study are engineering and technical refer note. Techniques and techniques see note means that researchers as a key instrument do penyimakan careful, focused and careful review of the primary data source. Based on data from this study concluded that 1) there are three types of speech acts assertive electronic advertising berniaga.com mobile phone in February 2014 edition. Of speech acts assertive used include a) the form of assertive suggest, b) suggest assertive form, c) the form of assertive claim. 2) there are eleven kinds of things that the background occurrence of speech acts assertive electronics ad mobile phone in berniaga.com edition of February 2014. The following factors were behind the assertive speech acts include a) by selling mobile phone in speaker, b) based on the condition of the mobile phone c) based on residence speakers, d) based on the system used cell phones, e) based on the telephone number that the speaker, f) based on the price of the desired speaker, g) based on the specifications of the handset, h) based on the completeness of mobile phones, i) based mobile phone warranty is still valid, j) based on the exact price of the speakers, and k) based on the economic circumstances of speakers.

Keywords: speech acts, assertive

PENDAHULUAN

Bahasa bukan satu-satunya alat komunikasi manusia karena bahasa juga dikenal sebagai alat komunikasi isyarat, seperti simbol, kode, bunyi. Semua itu akan bermakna setelah diterjemahkan ke dalam bahasa manusia. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bahasa merupakan alat komunikasi yang terpenting bagi manusia.

Kridalaksana (dalam wijana, 2011:187) menyatakan bahasa sebagai lambang bunyi yang arbitrer dipergunakan oleh masyarakat untuk berhubungan dan bekerjasama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Bahasa sebagai alat komunikasi mempunyai peranan yang penting dalam interaksi manusia. Bahasa dapat digunakan manusia untuk menyampaikan ide, gagasan, keinginan, perasaan, dan pengalamannya kepada orang lain. Tanpa bahasa manusia akan lumpuh dalam komunikasi maupun berinteraksi antarindividu maupun kelompok. Manusia tidak dapat terlepas dari bahasa karena pentingnya fungsi bahasa dalam kehidupannya. Manusia sebagai makhluk individu dan sosial selalu memenuhi keinginannya dengan menggunakan bahasa karena bahasa sebagai medium yang sangat ampuh dan mudah untuk berkomunikasi dan bekerjasama dalam memenuhi segala keinginannya.

Komunikasi disebut sebagai tindak tutur. Wijana & Rohmadi (2011:21-24) menyebutkan bahwa tindak tutur dibagi menjadi tiga, *pertama* tindak tutur lokusi, yaitu tindak tutur untuk menyatakan sesuatu, *kedua* tindak tutur ilokusi yaitu sebuah tuturan selain berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu, dapat juga digunakan untuk melakukan sesuatu, dan yang *ketiga* tindak tutur perlokusi yaitu sebuah tuturan yang diutarakan oleh seseorang sering kali mempunyai daya pengaruh atau efek bagi yang mendengarkan.

Masyarakat sering kali berkomunikasi menggunakan tindak tutur ilokusi. Maksudnya sebuah tuturan selain berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu, dapat juga digunakan untuk melakukan sesuatu (Wijana & Rohmadi, 2011:23). Searle (dalam Rahardi, 2009:17) menyatakan tindak tutur ilokusi diantaranya terdapat jenis tindak tutur asertif. Adapun yang dimaksud dengan bentuk tutur asertif adalah bentuk tutur yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi yang sedang diungkapkannya dalam tuturan itu. Bentuk tutur asertif itu dapat mencakup hal-hal sebagai berikut: (a) menyatakan (*stating*), (b) menyarankan (*suggesting*), (c) membual (*boasting*), (d) mengeluh (*complaining*), (e) mengklaim (*claiming*).

Salah satu penggunaan tindak tutur asertif yang paling banyak ditemui di kalangan masyarakat terdapat dalam situs *berniaga.com*. Situs *berniaga.com* merupakan salah satu situs jual beli *online* yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. *Berniaga.com* (ditulis tanpa kapitalisasi) adalah situs iklan baris di Indonesia yang difokuskan untuk aktivitas jual beli. Situs ini beroperasi di bawah bendera perusahaan PT 701Search, sebuah perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan media patungan antara Singapore Press Holdings (SPH) dan Schibsted Classified Media (SCM). Situs ini sudah beroperasi sejak Desember 2009 dan menawarkan pemasangan iklan gratis di berbagai kategori seperti properti, kendaraan, elektronik, dan lain-lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka (Moleong, 2004:27). Objek yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah analisis tindak tutur asertif iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Februari 2014. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Februari 2014. Data yang dikumpulkan peneliti dikumpulkan dan di analisis sesuai dengan masalah dan tujuan awal peneliti. Peneliti menyimak dan menganalisis data yang telah diperoleh. Hasil yang diperoleh dicatat dan diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis asertif. Penelitian ini menggunakan teknik agih. Metode agih adalah metode analisis data yang alat penentunya justru bagian dari bahasa itu. Alat penentu dalam rangka kerja metode agih itu selalu berupa bagian atau unsur dari bahasa objek sasaran penelitian itu sendiri, seperti kata (kata ingkar, preposisi, adverbial), fungsi sintaksis (subjek, objek, predikat), klausa, silabe kata, titinada, dan yang lain. (Sudaryanto, 1993: 15-16). Penelitian ini menggunakan metode triangulasi data dan triangulasi peneliti untuk menguji keabsahan datanya. Teknik triangulasi data mengarahkan peneliti agar di dalam mengumpulkan data berusaha menggunakan berbagai sumber yang ada. Dengan menggunakan penyajian informal, penjelasan tentang kaidah menjadi lebih rinci dan terurai sehingga pembaca dapat dengan mudah memahaminya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



Hasil Penelitian

Bentuk Tindak Tutur Asertif dalam Iklan Elektronik Telepon Genggam di *Berniaga.com* Edisi Febuari 2014 dapat di analisis sebagai berikut.

Data (1)

-Kondisi komplit, mulus lus no baret2
-cod: pati-tayu
-hub 085732516555

Hubungi Pengiklan (rahman)

 [Email pengiklan](#) atau, klik untuk lihat no telp  08573251xxxx



Pada data (1) di atas terdapat tiga bentuk tindak tutur asertif, yaitu asertif menyatakan, asertif mengklaim, dan asertif menyarankan. Tindak tutur asertif tersebut ditemukan dalam kalimat sebagai berikut.

Pertama bentuk tindak tutur asertif menyatakan menjual *Acer Liquid Z3*. Hal ini dapat dilihat pada gambar data (1) di atas. *Kedua* bentuk tindak tutur asertif menyatakan kondisi telepon genggam *Acer Liquid Z3* masih bagus dan komplit. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “kondisi komplit”. *Ketiga* bentuk tindak tutur asertif mengklaim kondisi telepon genggam *Acer Liquid Z3* secara khusus masih mulus tanpa ada lecet. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “mulus lus no baret2”. *Keempat* bentuk tindak tutur asertif menyarankan kepada mitra tutur yang berminat untuk daerah Pati dan Tayu. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “cod:pati-tayu”. *Kelima* bentuk tindak tutur asertif menyarankan lawan tutur untuk menghubungi nomor telepon yang tertera di iklan tersebut apabila lawan tutur berminat untuk membeli telepon genggam *Acer Liquid Z3* dengan harga Rp 1.150.000. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “hub 085732516555”.

Data (2)

permisi agan ane mau nawarin andromax c kondisi mulus android jellybean dah bisa bbm fullset mulus. Garansi masihhh panjanggggg, pembelian sekitar pertengahan Desember, jadi garansi masih sekitar 9-10 bulan. Berminat bisa hubungi ane di 085790646840.

Hubungi Pengiklan (Bayu)

 [Email pengiklan](#) atau, klik untuk lihat no telp  08579064xxxx




Pada data (2) di atas terdapat tiga bentuk tindak tutur asertif, yaitu asertif menyatakan, asertif mengklaim, dan asertif menyarankan. Bentuk tindak tutur asertif tersebut terdapat dalam kalimat sebagai berikut.

Pertama bentuk tindak tutur asertif menyatakan menjual telepon genggam dengan cara menawarkan *Andromax C*. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “Permisi agan ane mau nawarin andromax c”. *Kedua* bentuk tindak tutur asertif mengklaim telepon genggam *Andromax C* tersebut menggunakan sistem *android jellybean* dan sudah bisa *blacberry masangger*. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “andromax c kondisi mulus android jellybin dan bisa bbm”. *Ketiga* terdapat bentuk tindak tutur asertif mengklaim telepon genggam yang dijual penutur masih *fullset* dan masih dalam keadaan mulus. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “fullset mulus”. *Keempat* terdapat bentuk tindak tutur asertif menyatakan garansi masih panjang. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “Garansi masih panjang”. *Kelima* terdapat bentuk tindak tutur asertif menyatakan pembelian sekitar pertengahan Desember. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “pembelian sekitar pertengahan Desember”. *Keenam* terdapat bentuk tindak tutur asertif menyatakan telepon genggam *Andromax C* masih bergaransi hingga 9-10 bulan. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “jadi garansi masih sekitar 9-10 bulan”. *Ketujuh* terdapat bentuk tindak tutur asertif menyarankan kepada mitra tutur untuk menghubungi penutur di 085790646840 jika berminat untuk membeli telepon genggam *Andromax C* yang diiklankan oleh penutur. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat ”berminat bisa hubungi ane 085790646840”.

Data (3)

Dijual cross a28 android ics 4.0 warna hitam
lengkap ori semua.. hp masih segel.. minus ninggal headset..
spek singkat cros a28:
android ics, layar 4inc, kamera 3mp depan 1,3mp.. ram 512.. internal partisi 4gb.. cocok buat para gamers... BBM
siap pancal. dual sim dual standby.. jaringan hsdpa anti lemot... harga 700rb nego. yg berminat hubungi
089662045083 pin bb 7627D059 lokasi kodus. siap cod di kodus jepara demak pati

Hubungi Pengiklan (angga)

 [Email pengiklan](#) atau, klik untuk lihat no telp  08966204xxxx atau, klik untuk lihat PIN  7627xxxx

Pada data (3) di atas terdapat tiga bentuk tindak tutur asertif, yaitu asertif menyatakan, asertif mengklaim, dan asertif menyarankan. Bentuk tindak tutur asertif tersebut terdapat dalam kalimat sebagai berikut.

Pertama bentuk tindak tutur asertif menyatakan menjual telepon genggam *Cross tipe A28* jenis *android ics 4.0* warna hitam. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “Dijual cross a28 android ics 4,0 warna hitam”. *Kedua* bentuk tindak tutur asertif mengklaim telepon genggam *Cross A28* yang dijual penutur masih lengkap serta masih asli semua perlengkapannya. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “lengkap ori semua.. hp masih segel”. *Ketiga* bentuk tindak tutur asertif menyatakan kekurangan telepon genggam yang hendak di jual tidak ada headsetnya. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “minus ninggal headset”. *Keempat* bentuk tindak tutur asertif menyatakan telepon genggam tersebut merupakan jenis *android ics* dengan layar *5inch*, kamera belakang *3mega pixel* serta kamera depan *1,3mega pixel* dengan ukuran *ram 512giga bet* serta *internal 4 giga bet*. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “android ics, layar 4inc, kamera 3mp dengan 1,3mp..ram 512.internal partisi 4gb”. *Kelima* bentuk tindak tutur asertif mengklaim telepon genggam *Cross A28* sangat cocok untuk para pecinta permainan(*gammer*). Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “cocok buat para gammer”. *Keenam* bentuk tindak tutur asertif menyatakan telepon genggam *Cross A28* dijual dengan harga Rp 700.000 dan boleh kurang. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “harga 700 rb nego”. *Ketujuh* bentuk tindak tutur asertif menyarankan kepada lawan tutur jika ada yang berminat untuk membeli telepon genggam *Cross A28* untuk menghubungi nomor 089662045083 atau pin



blackberry 7627D059. Hal ini terpadat pada kutipan data di atas dalam kalimat “yang berminat hubungi 089662045083 pin bb 7627D059 lokasi kudus”. *Kedelapan* bentuk tindak tutur asertif menyatakan kepada mitra tutur siap ketemuan di daerah Kudus, Jepara, Demak, dan Pati. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “siap cod di kudus jepara demak pati”.

Berikut adalah factor yan melatar belakanginya terjadinya tindak tutur asertif elektronik telepon genggam di berniaga.com edisi febuari 2014.

Data (1)

-Kondisi komplit, mulus lus no baret2
-cod: pati-tayu
-hub 085732516555

Hubungi Pengiklan (rahman)



 [Email pengiklan](#) atau, klik untuk lihat no telp  08573251xxxx

Pada data (1) di atas terdapat faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif sebagai berikut. *Pertama* timbulnya tindak tutur asertif berdasarkan kondisi telepon genggam *Acer Liquid Z3* yang ditawarkan penutur. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “Kondisi komplit, mulus lus no baret2”. *Kedua* timbulnya tindak tutur asertif berdasarkan tempat tinggal penutur yang berada di daerah Pati-Tayu. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “cod: pati-tayu”. *Ketiga* timbulnya tindak tutur asertif berdasarkan nomor telepon genggam yang digunakan oleh penutur. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “hub 085732516555”.

Data (2)

permisi agan ane mau nawarin andromax c kondisi mulus android jellybean dah bisa bbm fullset mulus. Garansi masihhh panjanggggg, pembelian sekitar pertengahan Desember, jadi garansi masih sekitar 9-10 bulan. Berminat bisa hubungi ane di 085790646840.

Hubungi Pengiklan (Bayu)



 [Email pengiklan](#) atau, klik untuk lihat no telp  08579064xxxx

Pada data (2) di atas terdapat faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif sebagai berikut. *Pertama* timbulnya tindak tutur asertif berdasarkan telepon genggam *Andromax C* yang ingin di jual oleh penutur. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “permisi agan ane mau nawarin andromax c”. *Kedua* munculnya tindak tutur asertif berdasarkan sistem telepon genggam *Andromax C* yang menggunakan sistem *android jellybean*. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “android jellybean”. *Ketiga* adanya tindak tutur asertif berdasarkan kondisi telepon genggam *Andromax C*. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “kondisi mulus”. *Keempat* berdasarkan sisa garansi yang masih berlaku. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “garansi masih panjang, pembelian sekitar pertengahan Desember, jadi garansi masih sekitar 9-10 bulan”. *Kelima* adanya tindak tutur asertif tersebut berdasarkan nomor telepon genggam yang digunakan oleh penutur. Hal ini dapat dilihat pada kutipan data di atas dalam kalimat “berminat bisa hubunge ane ”085790646840”.

data (3)

Dijual cross a28 android ics 4.0 warna hitam
lengkap ori semua.. hp masih segel.. minus ninggal headset..
spek singkat cros a28:
android ics, layar 4inc, kamera 3mp depan 1,3mp.. ram 512.. internal partisi 4gb.. cocok buat para gamers... bbm
siap pancal. dual sim dual standby.. jaringan hsdpa anti lemot... harga 700rb nego. yg berminat hubungi
089662045083 pin bb 7627D059 lokasi kodus. siap cod di kodus jepara demak pati

Hubungi Pengiklan (angga)

 Email pengiklan atau, klik untuk lihat no telp  08966204xxxx atau, klik untuk lihat PIN  7627xxxx

Pada data (3) di atas terdapat faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif sebagai berikut. *Pertama* munculnya tindak tutur asertif berdasarkan telepon genggam *Cross tipe A28* yang ingin dijual oleh penutur. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “Di jual cross a28 android ics 4,0 warna hitam”. *Kedua* adanya tindak tutur asertif berdasarkan kondisi telepon genggam *Cross A28*. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas dalam kalimat “lengkap ori semua.. hp masih segel..minus ninggal headset..”. *Ketiga* timbulnya tindak tutur asertif berdasarkan jenis telepon genggam *Cross A28*. Hal ini terdapat pada kutipan data di atas

dalam kalimat "spek singkat cros a28: "android ics, layar 4inc, kamera 3mp dengan 1,3mp..ram 512..internal partisi 4gb..cocok buat para gammer...bbm siap pancal dual sim stanby..jaringan hspda anti lemot..". *Keempat* tindak tutur berdasarkan harga yang di inginkan oleh penutur. Hal ini terdapat pada data di atas dalam kalimat "harga 700 rb nego". *Kelima* timbulnya tindak tutur asertif berdasarkan nomor telepon dan *pin blackberry* yang digunakan oleh penutur. Hal ini terdapat pada data di atas dalam kalimat "yang berminat hubungi 089662045083 pin bb 7627D059 lokasi kodus". *Keenam* berdasarkan daerah tempat tinggal penutur. Hal ini terdapat pada data di atas dalam kalimat "siap cod di kodus jepara demak pati".

Pembahasan

Adapun hasil penelitian yang dapat diuraikan berdasarkan keempat belas data yang telah terkumpul didominasi oleh bentuk tindak tutur asertif menyatakan, mengklaim, dan menyarankan. Sebagai rinciannya dapat dijelaskan pada pola tabel sebagai berikut.

Pada data (1) terdapat dua bentuk asertif menyatakan, satu asertif mengklaim dan dua asertif menyarankan. Data (2) terdapat empat bentuk asertif menyatakan, dua bentuk asertif mengklaim, dan satu bentuk asertif menyarankan. Data (3) terdapat lima bentuk asertif menyatakan, dua bentuk asertif mengklaim, dan satu bentuk asertif menyarankan. Data (4) terdapat dua asertif menyatakan, satu asertif mengklaim, dan dua asertif menyarankan. Data (5) terdapat tiga asertif menyatakan, satu asertif mengklaim, dan satu asertif menyarankan. Data (6) terdapat dua asertif menyatakan, dua asertif mengklaim, dan dua asertif menyarankan. Data (7) terdapat lima tindak tutur asertif menyatakan dan tiga asertif menyarankan. Data (8) terdapat satu asertif menyatakan, satu asertif mengklaim, dan dua asertif menyarankan. Data (9) terdapat dua asertif menyarankan dan dua asertif mengklaim. Data (10) hanya terdapat satu tindak tutur asertif mengklaim. Data (11) terdapat tiga bentuk tindak tutur asertif menyatakan dan satu tindak tutur asertif mengklaim. Data (12) terdapat empat tindak tutur asertif menyatakan, satu asertif mengklaim, dan satu asertif menyarankan. Data (13) terdapat dua asertif menyatakan, satu asertif mengklaim, dan satu asertif menyarankan. Pada data (14) terdapat tiga asertif menyatakan dan satu asertif mengklaim.

Keseluruhan data yang telah dianalisis memiliki faktor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya tidak tutur asertif iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Februari 2014. Faktor-faktor tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

Pada data (1) terdapat tiga faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Pada data (2) terdapat lima faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Pada data (3) terdapat enam faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (4) terdapat empat faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (5) terdapat tiga faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (6) terdapat lima faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (7) terdapat enam faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (8) terdapat empat faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (9) terdapat lima faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (10) terdapat satu faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (11) terdapat tiga faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (12) terdapat tiga faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Data (13) terdapat lima faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif. Pada data (14) terdapat tiga faktor yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terdapat beberapa perbedaan dan persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu. Adapun perbedaan dan persamaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada uraian sebagai berikut.

Penelitian Indriastuti (2007) memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan penelitian Indriastuti dengan penelitian ini mengenai tindak tutur asertif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Penelitian Indriastuti (2007) dilakukan di pasar Klewer Surakarta, sedangkan penelitian ini dilakukan di media sosial *berniaga.com*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari data tindak tutur asertif iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Februari 2014, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari lima jenis bentuk tindak tutur asertif, terdapat empat jenis bentuk tindak tutur asertif dalam iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Febuari 2014. Bentuk-bentuk asertif tersebut meliputi bentuk asertif menyatakan, bentuk asertif menyarankan, bentuk asertif mengklaim, dan bentuk asertif membual. Sementara itu bentuk tindak tutur asertif mengeluh tidak terdapat sama sekali dalam data iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Febuari 2014. Dari hasil analisis data iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Febuari 2014 terdapat 37 bentuk asertif menyatakan, hasil analisis tersebut pada umumnya digunakan untuk menyatakan sesuatu, seperti menyatakan kondisi telepon genggam, menyatakan garansi telepon genggam masih ada, menyatakan kekurangan pada telepon genggam yang di jual, menyatakan jenis telepon genggam, menyatakan harga jual telepon genggam, dan menyatakan kelengkapan telepon genggam. Dari hasil analisis data iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Febuari 2014 juga terdapat 16 bentuk asertif menyarankan. Hasil analisis tersebut pada umumnya digunakan untuk menyarankan sesuatu kepada mitra tutur, seperti menyarankan untuk menghubungi nomor telepon yang tertera dalam iklan jika mitra tutur berminat membeli telepon genggam. Selain itu, terdapat juga 17 bentuk asertif mengklaim. Hasil analisis tersebut pada umumnya digunakan untuk menyatakan sesuatu yang belum tentu kebenarannya, misalnya mengklaim kondisi telepon genggam masih mulus tanpa ada lecet.
2. Hal yang melatarbelakangi terjadinya tindak tutur asertif pada iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* edisi Febuari 2014 diantaranya berdasarkan telepon genggam yang di jual penutur, berdasarkan kondisi telepon genggam, berdasarkan tempat tinggal penutur, berdasarkan sistem yang digunakan telepon genggam, berdasarkan nomor telepon yang digunakan penutur, berdasarkan harga yang diinginkan penutur, berdasarkan spesifikasi telepon genggam, berdasarkan kelengkapan telepon genggam, berdasarkan garansi telepon genggam yang masih berlaku, berdasarkan harga pasti dari penutur, dan berdasarkan keadaan ekonomi penutur.

IMPLIKASI

Adapun implikasi tindak tutur asertif iklan elektronik telepon genggam di *berniaga.com* dalam pembelajaran Bahasa Indonesia sebagai berikut.

1. Siswa mampu menggunakannya sesuai dengan kaidah dan konteks melalui keberadaan Bahasa Indonesia.
2. Siswa mampu menggunakannya sebagai sarana komunikasi dalam mengolah, menalar, dan menyajikan informasi lisan maupun tulisan.
3. Siswa mampu membandingkan relasi makna antar kata dalam Bahasa Indonesia.
4. Siswa mampu mengevaluasi penggunaan makna kata dan relasi makna dalam komunikasi lisan maupun tulisan.
5. Siswa mampu menangkap makna dan menginterpretasi makna dalam pembelajaran Bahasa Indonesia berbasis teks.
6. Siswa mampu menafsirkan maksud dan tujuan dalam suatu topik pembicaraan.
7. Siswa mampu mengutarakan maksud dan tujuan tuturan.

SARAN

Berdasarkan penemuan-penemuan dalam penelitian ini, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut.

1. Kepada para peneliti bidang kebahasaan agar lebih meningkatkan penelitian di bidang pragmatik, karena dalam bidang pragmatik masih sangat luas sehingga penulis menyadari bahwa penelitian tentang tindak tutur asertif ini hanyalah bagian yang sangat kecil dalam bidang pragmatik.
2. Bagi peneliti selanjutnya masih banyak fenomena-fenomena pragmatik yang sangat menarik untuk diteliti lebih dalam.
3. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Ferdian, Ray. 2014. "Berniaga.com". <http://raytkj.blogspot.com/2012/07/berniagacom-situs-jual-beli-mudah.html> Diunduh pukul 1:23 tanggal 09 Juni 2014.
- Indriastuti, Fitri. 2007. "Tindak Tutur Asertif yang Digunakan Penjual Pakaian di Pasar Klewer Kota Surakarta". *Skripsi*: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mukti, Aysah Minarni. 2008. "Tindak Tutur Asertif dalam Wacana Dialog Interaktif Suara Anda di Metro TV". *Skripsi*: Universitas Negeri Malang. <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/sastra-indonesia/article/view/219> Diunduh 01 Juni 2014.
- Octarina, Andini. 2014. Pengertian Iklan. <http://ucihahot.blogspot.com/2010/11/pengertian-iklan.html>, Diunduh pada tanggal 09 Juni 2014.
- Rahardi, Kunjana. 2009. *Sosiopragmatik*. Yogyakarta: Erlangga.
- Sofiah, Umi. 2013. "Tindak Tutur Asertif dalam Talkshow "Apa Kabar Indonesia Malam" di TV One". *Skripsi*: Universitas Negeri Malang. <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/sastra-indonesia/article/view/27834> Diunduh 01 Juni 2014.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Wijana, I Putu Dewa dan Rohmadi. 2009. *Analisis Wacana Pragmatik*. Surakarta: Yuma Pustaka.