

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pembuatan iklan di zaman teknologi seperti sekarang ini sangatlah berpengaruh dalam menarik minat pembaca agar pembaca menggunakan atau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Pembuat iklan akan berloma-lomba untuk membuat iklan dengan semenarik mungkin sehingga memiliki daya pikat untuk menarik khayalak sasaran. Pesan dalam sebuah iklan yang menarik tanpa disadari akan tertanam dan memberikan pengaruh dalam pola pikir atau gaya hidup seseorang. Seseorang akan tersugesti dan tanpa sadar akan mengingat iklan yang dibaca maupun didengar. *Advertisement* atau iklan berasal dari bahasa latin *advertere* yang artinya “berpaling pada” (Goddard, 1998: 6). Menurut Moriarty (1991: 5), iklan merupakan pembicaraan dengan konsumen tentang suatu produk dengan cara menarik perhatian, memberikan informasi, menyatakan nilai tambah, dengan harapan khalayak sasaran akan membeli, mencoba atau melakukan sesuatu. Iklan adalah produk kebudayaan massa, yaitu produk kebudayaan masyarakat industri yang ditandai oleh produksi dan konsumsi massal yang akan terus berubah sesuai dengan perkembangan zaman dan inovasi yang diciptakan oleh sebuah perusahaan maupun perorangan. Iklan memiliki struktur berupa judul/ butir utama (*opening*), butir penjelas/bagian badan iklan (*body*), dan butir penutup (*close*).

Dalam hal ini bahasa iklan memiliki peran yang sangat penting disamping produk yang ditawarkan. Bahasa iklan yang menarik akan mempengaruhi siapapun yang membaca maupun mendengarnya. Secara luas bahasa memiliki peran yang penting dalam kehidupan sehari-hari, tanpa bahasa manusia tidak akan bisa berkomunikasi. Menurut Jumanto (2017:4) bahasa merupakan salah satu karakter alami baik secara verbal maupun nonverbal perlu kita kenali dan gunakan atau manfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. Keraf (2004:1) berpendapat bahwa bahasa adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Melalui bahasa, tuturan yang baik akan dengan mudah dibina sehingga pesan yang ingin

disampaikan oleh penutur dapat diterima dengan baik pula oleh mitra tutur. Penutur dan mitra tutur harus memahami makna dari apa yang mereka komunikasikan.

Pragmatik merupakan studi yang mempelajari, mengkaji teks atau tuturan berdasarkan konteks yang melibatkan teks itu sendiri serta situasi dan kondisi yang berada pada luar teks. Menurut Yule (2006:3) pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur atau penulis dan ditafsirkan oleh pendengar atau pembaca. Sehingga studi ini banyak membahas mengenai maksud dari tuturan seseorang atau lebih tepatnya mengenai makna yang terdapat dalam komunikasi antara penutur dan mitra tutur.

Penutur dalam bertutur tidak hanya mengungkapkan kata-kata dan struktur secara gramatikal saja, tetapi tindakan-tindakan dari dalam diri penutur akan terlihat sesuai dengan apa yang dituturkan. Tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan ini biasa dikenal dengan tindak tutur. Menurut Searle dalam Rohmadi (2010:31) semua komunikasi linguistik terdapat tindak tutur. Ia berpendapat bahwa komunikasi bukan sekedar lambang, kata atau kalimat, tetapi akan lebih tepat apabila disebut produk atau hasil dari lambang, kata atau kalimat yang berwujud perilaku tindak tutur (*the performance of speech acts*). Yule dalam Wiyatasari (2015:46) mengatakan tindak tutur adalah tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan.

Austin memperkenalkan tiga macam tindak tutur yaitu tindak lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Tindak tutur ilokusi dibedakan lima macam bentuk tuturan yang masing-masing memiliki fungsi komunikatif. Kelima macam bentuk tuturan yang menunjukkan fungsi itu adalah asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklarasi. Penelitian ini hanya menggunakan satu tindak tutur ilokusi yaitu tindak tutur direktif. Tindak tutur direktif menurut Yule (2006:93) direktif adalah jenis tindak tutur yang dipakai oleh penutur untuk menyuruh orang lain melakukan sesuatu. Rahardi (2005:36) menuturkan bahwa tindak tutur direktif adalah tuturan yang dimaksudkan penutur untuk membuat pengaruh agar si mitra tutur melakukan tindakan seperti memohon, memesan, memerintah, mengajak, mempengaruhi, dan menasehati.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengaji sebuah tinjauan pragmatik tindak tutur yang berfokus pada tindak tutur direktif dan implikasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII di SMP yang berjudul Analisis Tindak Tutur Direktif Teks Iklan pada *Koran Solopos* edisi Februaridan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa di SMP Kelas VIII. Penelitian ini mencoba memfokuskan ada tidaknya tindak tutur direktif pada teks iklan tersebut.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk tindak tutur direktif teks iklan pada koran*Solopos* edisi Februari 2018?
2. Bagaimana implikasi tindak tutur direktif teks iklan pada koran*Solopos* edisi Februari 2018 dan implikasinya dalam pembelajaran bahasa di SMP kelas VIII?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan bentuk tindak tutur direktif teks iklan pada *KoranSolopos* edisi Februari 2018
2. Mendiskripsikan implikasi bentuk tindak tutur direktif teks iklan pada *KoranSolopos* edisi Februari 2018 dan implikasinya dalam pembelajaran bahasa di SMP kelas VIII

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoretis

Penelitian ini memiliki manfaat yang berkenaan dengan ilmu pengetahuan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan mengenai kajianditindak tutur direktif dalam bidang pragmatik pada khususnya.

2. Manfaat praktis

Bagi penulis, dapat dijadikan sebagai salah satu modal ilmu pengetahuan yang dapat diterapkan dalam masyarakat serta memperdalam pengetahuan tentang kajian pragmatik.

3. Bagi peneliti lain, sebagai referensi dan sumber informasi mengenai realisasi tindak tutur direktif teks iklan dalam pembelajaran bahasa di SMP kelas VIII
4. Manfaat bagi pengajaran bahasa Indonesia adalah penelitian ini diharapkan dapat dijadikan alternatif bacaan untuk lebih memperdalam tindak tutur direktif dalam bidang pragmatik.