

# ANALISIS TINDAK TUTUR PADA BAHASA IKLAN PRODUK TEH SARI WANGI DI TELEVISI

**Mutiara Hendrawati, Yeni Ika Rahmawati**

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban  
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

---

## INFO ARTIKEL

### *Riwayat Artikel:*

Diterima: 05-  
05-2023  
Disetujui:  
20-05-2023

### *Kata kunci:*

Iklan  
Teh  
sariwangi  
Tindak tutur  
Pragmatik

## ABSTRAK

**Abstract:** Speech act is the ability of an individual to perform a speech act that has a specific purpose in a particular situation. This is with the function of language as a communication tool, which aims to formulate intentions and give birth to the speaker's feelings. The problem studied in this analysis is the perlocutionary speech acts contained in the advertisement of Sariwangi tea products. This research is important because in an advertisement production is one of the important aspects to boost product sales. The implementation of this research uses a qualitative descriptive method with a pragmatic approach, the data from the study is the language of the Sariwangi tea advertisement which was written and then analyzed. The data collection technique used was the observation and note-taking technique. The data was obtained by viewing and observing the Sariwangi tea advertisements, then recording the data from the advertisements to be studied. The results of this study indicate that there are perlocutionary speech acts.

**Abstrak:** Tindak tutur adalah kemampuan seorang individu melakukan tindak ujaran yang mempunyai maksud tertentu sesuai dengan situasi tertentu. Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa tindak tutur yang lebih ditekankan ialah arti tindakan dalam tuturannya. Hal ini sesuai dengan fungsi bahasa sebagai alat komunikasi, yang bertujuan untuk merumuskan maksud dan melahirkan perasaan penutur. Permasalahan yang dikaji dalam analisis ini ialah tindak tutur perlokusi yang terdapat dalam iklan produk teh sariwangi. Penelitian ini penting dilakukan karena dalam sebuah produksi, iklan merupakan salah satu aspek yang penting untuk mendongkrak penjualan produk. Pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik, data dari penelitian, data dari penelitian ini yaitu bahasa iklan teh sariwangi yang ditulis lalu dianalisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan teknik mengamati dan catat. Data diperoleh dengan cara melihat dan mengamati iklan teh sariwangi, kemudian mencatat data dari iklan yang ingin diteliti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya peristiwa tindak tutur ilokusi.

---

### *Alamat Korespondensi:*

Mutiara Hendrawati  
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Universitas PGRI Ronggolawe Tuban  
Jl. Manunggal No.61, Kec.Semanding, Kab.Tuban, Jawa Timur  
E-mail: [mutiarahendrawati9@gmail.com](mailto:mutiarahendrawati9@gmail.com),

---

Bahasa adalah kemampuan yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya menggunakan tanda, misalnya kata dan gerakan. Kajian ilmiah bahasa disebut ilmu linguistik. Perkiraan jumlah bahasa di dunia beragam antara 6.000–7.000 bahasa. Dalam kedudukannya sebagai bahasa nasional bahasa berfungsi sebagai lambang kebanggaan kebangsaan, identitas nasional, alat perhubungan antarwarga, antardaerah dan antarbudaya, dan alat pemersatu suku, budaya dan bahasa di Nusantara. Fungsi utama bahasa adalah sebagai alat berinteraksi dengan manusia, alat untuk berpikir, serta menyalurkan arti kepercayaan di masyarakat. Selain sebagai alat komunikasi maupun berinteraksi, bahasa juga memiliki arti penting sebagai metode pembelajaran pada lingkup bahasa itu sendiri.

Di era perkembangan teknologi seperti sekarang, masyarakat banyak yang sudah memanfaatkan teknologi dalam kegiatannya sehari-hari. Berbagai sektor pun sudah memanfaatkan teknologi untuk membantu kegiatannya. Secara umum, pengertian teknologi ialah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang keterampilan dalam menciptakan alat hingga metode pengolahan guna membantu menyelesaikan berbagai pekerjaan manusia. Teknologi adalah metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis atau ilmu pengetahuan terapan. Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan hidup manusia.

Di masa sekarang, perkembangan teknologi semakin cepat. Berbagai sektor pun memanfaatkan teknologi untuk membantu kegiatan mereka. Di antaranya yaitu ada teknologi informasi. Teknologi informasi yakni suatu teknologi yang dapat membantu manusia untuk menyampaikan informasi kepada orang lain dengan cepat dan efektif. Salah satu teknologi informasi adalah televisi.

Televisi merupakan alat penangkap siaran bergambar berupa audio visual dan penyiaran videonya disiarkan secara *broadcasting*. Kata televisi berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata “Tele” yang berarti jauh dan “Vision” yang berarti melihat. Jadi, jika disimpulkan secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio televisi. Televisi merupakan media pandang sekaligus media pendengar berupa audio-visual, sehingga penonton tidak hanya melihat gambar yang ditayangkan televisi, tetapi juga mendengar ataupun mencerna narasi dari gambar tersebut (Badjuri, 2010).

Kehadiran televisi menjadi sangat penting sebagai sarana hubungan interaksi antara yang satu dengan yang lain dalam berbagai hal yang menyangkut perbedaan, dan persamaan persepsi tentang

suatu isu yang terjadi di belahan dunia ini. Dalam hal ini, massa kemudian menjadi objek dari sebuah liputan di televisi. Informasi berkaitan dengan massa kemudian diolah dalam proses olah data audio visual sebagai paket dari pengemasan informasi. Kemudian ditransmisikan melalui sebuah pancaran digital yang diterima masyarakat sebagai sumber informasi. Banyak upaya yang diusahakan dalam peningkatan mutu pendidikan adalah pengembangan media pendidikan. Yang dimaksud dengan media pendidikan adalah alat, metode, dan teknik yang digunakan dalam rangka lebih mengefektifkan komunikasi dan interaksi antara guru dan siswa dalam proses pendidikan. Dengan demikian tolak ukur sudut pandang media pendidikan terhadap tayangan di televisi dipandang sebagai salah satu media pendidikan, dengan catatan apabila tayangan tersebut dapat memberikan informasi yang berkualitas dan memiliki nilai pendidikan moral dan ilmu pengetahuan.

Dalam konteks televisi sebagai kontrol sosial, setidaknya televisi mempunyai sebuah fungsi sebagai gambaran kehidupan sosial dalam suatu negara. Melalui televisi, seseorang dapat mengetahui bagaimana sebuah sistem kehidupan sosial itu diciptakan. Untuk lebih konkretnya, sebuah kenyataan ini bisa kita lihat misalnya ketika kita membandingkan sebuah produk film asli Indonesia dengan produk film yang diproduksi oleh negara lain, dari situ kita bisa melihat perbedaan yang sangat menonjol. Sekarang ini, Indonesia sedang dalam era pancaroba, di mana ketika memasuki gerbang zaman globalisasi yaitu masa di mana segala bidang kehidupan berada diambang tinggal landas seiring dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Hal ini tidak mengecualikan kemajuan yang begitu pesat dalam berbagai bidang termasuk salah satunya industri hiburan, apalagi hal ini salah satunya dipicu oleh ambisi mengejar *rating* di hati masyarakat. Inilah kecanggihan teknologi yang semakin hari semakin pesat sehingga waktu yang lama terasa semakin cepat, sebuah wilayah yang luas semakin terasa sempit. Segala pekerjaan manusia semakin mudah untuk dilakukan. Semakin mudah untuk diselesaikan dengan teknologi.

Pragmatik adalah cabang linguistik yang mempelajari hubungan antara konteks luar bahasa dan maksud tuturan. Konteks luar bahasa ialah unsur di luar tuturan yang mempengaruhi tuturan. Maksud tidak bisa dilihat dari bentuk dan makna saja, tetapi juga tempat dan waktu berbicara, siapa saja yang terlibat, tujuan, bentuk, ujaran, cara penyampaian, alat berbicara, norma-norma, dan genre. Yang dipelajari dalam pragmatik meliputi tindak tutur, implikatur tuturan, interaksi percakapan, dan faktor-faktor eksternal percakapan. Menurut (Verhaar, 1916) pragmatik

merupakan cabang ilmu linguistik yang membahas tentang apa yang termasuk struktur bahasa sebagai alat komunikasi antara penutur dan pendengar, dan sebagaimana pengacuan tanda-tanda bahasa pada hal-hal ekstralingual yang dibicarakan. Sedangkan memperlakukan bahasa dengan mempertimbangkan konteksnya, yakni penggunaannya pada peristiwa komunikasi. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pragmatik adalah suatu cabang ilmu linguistik yang mempelajari tentang pemakaian bahasa.

Tindak tutur (*speech acts*) adalah gejala individual, bersifat psikologis dan keberlangsungannya ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu. Tindak tutur mencakup situasi psikologis (misalnya, berterima kasih, memohon maaf) dan tindak sosial itu seperti mempengaruhi perilaku orang lain (misalnya, mengingatkan, memerintah) atau membuat kontrak (misalnya, berjanji, menamai) (Ibrahim, 1993). Tindak tutur adalah bagian dari pragmatik. Tindak tutur merupakan pengujaran kalimat untuk menyatakan agar suatu maksud dari pembicara diketahui pendengaran. Tindak tutur merupakan bagian dari peristiwa tutur, dan peristiwa tutur merupakan bagian dari situasi tutur. Setiap peristiwa tutur terbatas pada kegiatan, atau aspek-aspek kegiatan yang secara langsung diatur oleh kaidah atau norma bagi penutur (Sumarsono, 2010).

Tindak tutur merupakan tuturan yang di dalamnya terdapat tindakan. Dengan mengucapkan sesuatu, penutur juga melakukan sesuatu. Dengan menuturkan sebuah ujaran, penutur memiliki tujuan yang ingin dicapai dari mitra tuturnya. Teori tindak tutur adalah teori yang lebih cenderung meneliti struktur kalimat. Apabila seseorang ingin mengemukakan sesuatu kepada orang lain, maka apa yang dikemukakannya itu adalah makna atau maksud kalimat. Namun, untuk menyampaikan makna atau maksud itu, orang tersebut harus menuangkannya dalam wujud tindak tutur (Austin, 1962).

Tindak tutur adalah bagian dari pragmatik. Tindak tutur merupakan pengujaran kalimat untuk menyatakan agar suatu maksud dari pembicara diketahui pendengaran. Tindak tutur merupakan bagian dari peristiwa tutur, dan peristiwa tutur merupakan bagian dari situasi tutur. Setiap peristiwa tutur terbatas pada kegiatan, atau aspek-aspek kegiatan yang secara langsung diatur oleh kaidah atau norma bagi penutur (Sumarsono dan Partama, 2010).

Tindak tutur merupakan tuturan yang di dalamnya terdapat tindakan. Dengan mengucapkan sesuatu, penutur juga melakukan sesuatu. Dengan menuturkan sebuah ujaran, penutur memiliki tujuan yang ingin dicapai dari mitra tuturnya. Teori tindak tutur adalah teori yang lebih cenderung

meneliti struktur kalimat. Apabila seseorang ingin mengemukakan sesuatu kepada orang lain, maka apa yang dikemukakannya itu adalah makna atau maksud kalimat. Namun, untuk menyampaikan makna atau maksud itu, orang tersebut harus menuangkannya dalam wujud tindak tutur (Austin, 1962).

Menyampaikan sebuah iklan adalah biasanya melalui media massa baik media cetak, media elektronik, dan radio. Contoh media cetak yang digunakan untuk iklan seperti koran, majalah, poster, dan sebagainya. Menurut Encyclopaedia Britannica, iklan adalah teknik dan praktik yang digunakan untuk memperkenalkan produk atau layanan agar mendapatkan perhatian publik dengan tujuan untuk memengaruhi publik. Sementara dikutip dari Kiddle, iklan adalah cara perusahaan mendorong orang untuk membeli produk, layanan atau ide yang ditawarkan. Iklan adalah segala sesuatu yang menarik perhatian khalayak terhadap hal-hal yang ditawarkan (barang atau jasa)

Fungsi iklan adalah menyebarkan informasi yang berguna untuk mendorong dan meyakinkan orang untuk membeli produk tertentu Memberikan informasi terkait produk atau jasa sehingga bisa membangun citra mereka yang diiklankan Dengan iklan maka orang bisa terus mengingat produk yang diiklankan, biasanya iklan ini ditujukan untuk merek yang memang sudah terkenal Iklan adalah juga bisa memberikan nilai tambah karena dengan beriklan mempengaruhi pandangan konsumen alias bisa membangun kesadaran merek

Contoh iklan cetak yaitu iklan yang dipasang dan dibuat menggunakan teknologi cetak. Contohnya yaitu surat kabar, baliho, poster, spanduk, dan lain sebagainya. Iklan baris, adalah iklan yang terdiri beberapa baris kata atau kalimat saja. Iklan ini biasa ditemukan di koran. Iklan kolom iklan ini memiliki lebar satu kolom namun lebih tinggi dibandingkan iklan baris. Contoh dari iklan ini adalah iklan kolom adalah advertorial. Iklan display, merupakan iklan yang lebih luas dari iklan iklan kolom dalam menampilkan sesuatu. Contoh iklan display yaitu iklan radio dan iklan televisi.

## **METODE**

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat berpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Oleh karena itu, Basri (2014) menyimpulkan bahwa fokus dari penelitian kualitatif adalah pada prosesnya dan pemaknaan hasilnya. Perhatian penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau

interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena (Mohamed, Abdul Majid & Ahmad, 2010). Seperti yang disimpulkan oleh Basri (2014) bahwa penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi serta hubungan dan interaksi. Dalam iklan teh sari wangi di televisi terdapat hubungan yang seperti disimpulkan oleh Basri (2014) yaitu interaksi antara suami dan istri yang berada di dalam mobil dan beralih di dalam mobil yang berupa bentuk-bentuk verbal bahasa yaitu berupa tuturan-tuturan dari mitra tutur iklan teh sari wangi di televisi.

Subjek penelitian ini adalah iklan teh sari wangi. Objek penelitian ini adalah tindak tutur ilokusi yang dituturkan dalam percakapan iklan teh sari wangi. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati, melihat, dan mendengarkan iklan teh sari wangi di iklan televisi. Data yang digunakan pada penelitian ini berupa kata-kata, cuplikan dialog dan kutipan-kutipan kalimat yang berisi tuturan ilokusi yang terdapat dalam iklan teh sari wangi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik simak bebas lihat cakap (SBLC) karena penulis tidak terlihat di dalam dialog (Sudaryanto, 2013:242).

Teknik pemerolehan data berikutnya adalah teknik rekam dan catat. Dalam teknik ini dilakukan agar penulis agar mudah mengamati tingkah laku, melihat ekspresi, dan mendengarkan percakapan dialog tayangan tersebut. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah penulis dibantu dengan alat berupa alat tulis, buku, handphone, dan iklan teh sari wangi di televisi. Metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah metode padan dengan teknik daya pilah pragmatis yang alat penentunya mitra tutur karena tuturan yang dituturkan menimbulkan reaksi tindakan tertentu dari mitra tutur. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik penyajian hasil analisis informal. Teknik informal merupakan penyajian hasil analisis data yang diperoleh dengan menggunakan kata-kata biasa tanpa lambang-lambang (Sudaryanto, 2015:241).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari data yang sudah kami dapatkan, terdapat data tindak tutur ilokusi. Berikut hasil data yang sudah dilampirkan

### **a. Tindak Tutur ilokusi**

Ikan produk yang terdapat dalam teh sari wangi, ditemukan data yang berisi tindak tutur ilokusi yaitu tindak tutur yang dikaitkan dengan maksud penutur di balik kata-kata yang menyusunnya, seperti pada data berikut.

### 1) Konteks

Pada iklan teh sari wangi yang terdapat di televisi menampilkan visual sepasang suami istri yang sedang di dalam mobil perjalanan pulang kerja lalu beralih di dalam rumah. Sang istri membuatkan teh kepada suami kemudian diminum berdua.

Suami : “mah, gaji papah naik lumayan besar nih”

Istri : “oh ya?”

Suami : “nanti mamah bisa berhenti bekerja deh, biar lebih fokus ke anak-anak”

Istri : (diam sambil memandang di luar kaca)

Di rumah

Istri : “pah, ngeteh dulu yuk. Pah, kalau mamah tetap kerja gimana?”

Suami : “nggak lebih baik di rumah aja?”

Istri : “buat kita semua pah, buat anak-anak juga”

Suami : “ya udah kalau gitu kamu kasih tau, apa yang bisa aku bantu?”

Istri ; “makasih ya pah”

Dalam tuturan di atas, terdapat bukti bahwa iklan teh sari wangi memiliki tindak tutur ilokusi yang bermaksud untuk melakukan tindakan tertentu dalam hubungannya dengan mengatakan sesuatu. Seperti memohon, yang ditegaskan dalam perkataan yang diucapkan suami “nanti mamah bisa berhenti bekerja deh, biar lebih fokus ke anak-anak”. Suami menginginkan istrinya supaya berhenti bekerja agar lebih fokus untuk mengasuh anak-anaknya.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian *Analisis Tindak Tutur Pada Bahasa Iklan Produk Teh Sari Wangi Di Televisi* dapat disimpulkan bahwa adanya peristiwa tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi bertujuan memberikan efek atau mendorong mitra tutur melakukan sesuatu.

### DAFTAR RUJUKAN

Austin, J. (1962). *How to Do Things with Words*. Inggris.

Badjuri, A. (2010). *Jurnalistik televisi/ Adi Badjuri*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ibrahim, A. S. (1993). *Kajian tindak tutur*. Surabaya: Usaha Nasional.

Sumarsono. (2010). *Sosiolinguistik*. Bengkulu: Sabda Medi.

Verhaar. (1916). *asas-asas linguistik umum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.