



# Prosiding

Seminar Nasional Daring

Unit Kegiatan Mahasiswa Jurnalistik (Sinergi)

IKIP PGRI Bojonegoro

Tema "Jurnalistik sebagai Sumber Data untuk Karya Ilmiah"



## Analisis Tindak Tutur Ekspresif dalam Komentar pada Iklan SGM Akun Youtube "AnggaFer"

Pingqi Meila Cahyani<sup>1</sup>, Aida Azizah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Islam Sultan

Agung Semarang, Indonesia

[pingqimeila@gmail.com](mailto:pingqimeila@gmail.com)<sup>1</sup>

**abstrak**—Pragmatik adalah yang mempelajari tentang makna dan melibatkan tindak tutur, penutur, dan tuturan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan informasi apa saja tindak tutur yang ada pada komentar iklan SGM pada *channel youtube* "AnggaFer", metode yang digunakan pada analisis ini adalah deskripsi kualitatif. Hasil dari analisis ini adalah tersebut terdapat 12 kolom kementar tetapi hanya 10 komentar yang tergolong jenis tindak tutur ekspresif. Terdapat 4 macam dalam jenis tindak tutu ekspresif mengkritik, 3 macam dalam jenis menyalahkan, dan 2 macam dalam jenis memuji. Jadi simpulan penelitian ini adalah 1) tindak tutur adalah unsur pragmatik adanya orang yang berbicara dan yang diajak bicara atau penulis maupun pembaca yang dilibatkan, 2) pada sebuah kolom komentar pada iklan SGM akun youtube "AnggaFer" terdapat tindak tutur ekspresif, dan 3) ada 12 kolom kementar tetapi hanya 10 komentar yang tergolong jenis tindak tutur ekspresif. Terdapat 4 macam dalam jenis tindak tutu ekspresif mengkritik, 3 macam dalam jenis menyalahkan, dan 2 macam dalam jenis memuji.

**Kata kunci**—Pragmatik, Tindak tutur ekspresif, Iklan

**Abstract**— *The study of meaning through speech acts, speakers, and utterances is known as pragmatics. Finding out which speech acts are used in the SGM ad comment column on the "AnggaFer" YouTube account is the goal of this investigation. This analysis was conducted using a qualitative description of the data. This research shows that although there are 12 remark columns, only 9 of them are expressive speech acts. There are 4 different kinds of expressive speech acts, 3 critiquing, and 2 praising. Thus, the following are the study's findings: Speech acts are pragmatic components in which there are people who speak and are spoken to or writers and readers are involved. Additionally, expressive speech is used in the YouTube comment section on the SGM advertising.*

**Keywords**—Pragmatic, Speech act, Advertisement

### PENDAHULUAN

Pragmatik adalah ilmu yang mempelajari situasi percakapan, mengkaji ujaran yang membutuhkan pemahaman tata bahasa dan mengkaji maksud penutur yang sama-sama membutuhkan pemahaman dan pengalaman yang diketahui (Saifudin, 2018). Menurut Hanafi (2019), pragmatik adalah cabang linguistik yang mengkaji

bahasa, makna, dan konteks latar belakang bahasa yang digunakan. Tuturan yang dikemukakan oleh penutur satu dengan yang lain mewujudkan suatu makna dengan maksud menyampaikan gagasan secara utuh dalam mendalami pembelajaran bahasa yang berkaitan dengan tuturan. Penyampaian ujaran-ujaran tersebut memberikan maksud dan tujuan untuk mengkomunikasikan ujaran-ujaran terpilih yang digunakan untuk menyampaikannya antar pembawa alur cerita, sehingga penjelasan alur cerita dapat tersusun dengan benar (Panggalo, 2022).

Pragmatik mengkaji banyak hal tentang tindak tutur, tindak tutur adalah unsur pragmatik adanya orang yang berbicara, dan yang diajak berbicara, atau penulis maupun pembaca yang dilibatkan, di tindak tutur terdapat unsur pragmatis yang dilibatkan seperti penutur, pendengar dan penulis, pembaca serta apa yang dibicarakan, segala hal yang dibicarakan akan baru tertangkap oleh otak dengan pemahaman dari mitra tutur oleh penutur (Afrianti & Asmiatiningsih, 2021). Berbagai macam tindak tuturyang ada, pada penelitian iki hanya menganalisi tindak tutur ekspresif pada iklan SGM pada youtube channel "AnggaFer". Tindak tutur ekspresif merupakan reaksi terhadap pernyataan atau tindakan dan keadaan psikologis yang diungkapkan dalam pernyataan yang mengandung nilai-nilai kemanusiaan (Ariyanti & Zulaeha, 2017). Pujian, ucapan terima kasih, kritikan, keluhan, menyalahkan, ucapan selamat, dan sanjungan adalah contoh jenis tindak tutur ekspresif.

Ilmu pragmatik dapat kita implementasikan dalam segala hal, salah satunya dalam iklan, baik dari segi tuturan atau makna yang bahas. Iklan bertujuan untuk membujuk orang lain membeli produk atau jasa yang kita punya. Iklan dapat kita jumpai di segala media umum seperti televisi, radio, surat kabar, baliho dijalan dan lain-lain. Banyak gaya penyampaian tindak tutur yang disampaikan oleh masing-masing pemasang iklan, beragam jenis cara penyampaian dan konsep tindak tutur memunculkan berbagai komentar dan pendapat yang ada, contohnya dalam penelitian saya pada kolom komentar iklan SGM dari *channel Youtube "AnggaFer"* <https://youtu.be/EluVBr1x7q8>

Penelitian ini penting guna untuk mengetahui apa itu pragmatik serta apa saja jenis-jenis pragmatik sehingga dapat menganalisis dalam kehidupan sehari-hari. Iklan banyak dijumpai oleh masyarakat dan iklan merupakan hal yang sering dibaca atau ditonton oleh kalangan anak dan orang dewasa, bahkan tidak sedikit iklan menjadi favorit orang-orang. Terdapat penelitian terdahulu yang mengkaji tentang analisis tindak tutur seperti, Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Talkshow Tonight Show (Maret 2021) karya Feby Dwi Novita Sari, Ririen Wardiani, dan Heru Setiawan, yang membahas tindak tutur yang dibicarakan bintang tamu dan pembawa acara. Analisis Tindak Tutur Ekspresif dalam Acara Mata Najwa "Perlawanan Mahasiswa" karya I Made Astika, Diah Ayu Murtiningrum, Ade Asih Susiari Tantri yang membahas tentang kesopanan tuturan ekspresif dalam acara Mata Najwa.

## METODE PENELITIAN

Deskripsi kualitatif diterapkan pada penelitian ini. Menurut Arikunto (2010: 3), penelitian yang kualitatif tidak menggunakan hasil analisis statistik tetapi penjabaran kalimat serta paragraf seperti pada komentar pada piklan SGM pada youtube channel "AnggaFer" yang berisi pro dan kontra dari masing-masing pendapat masyarakat.

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan berupa video yang sesuai dengan pragmatik, tindak tutur, dan iklan. Data bersumber dari artikel penelitian yang telah dipublikasikan dalam bentuk jurnal nasional dan video yang diunggah pada *YouTube channel "AnggaFer"*

Pengumpulan data dari penelitian ini adalah 1. Menentukan judul lalu mencari kata kunci sesuai topik, 2. Menonton iklan dan menganalisis dari kolom komentar pada iklan, 3. Menganalisis dan menelaah data, 4. Mencatat contoh jenis tindak tutur ekspresif kolom komentar pada iklan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti memberikan deskripsi terhadap tindak tutur ekspresif yang ada pada komentar iklan SGM pada *channel youtube*. Dari iklan tersebut terdapat 12 kementar tetapi hanya 10 komentar yang tergolong jenis tindak tutur ekspresif. Terdapat 4 macam dalam jenis tindak tutu ekspresif mengkritik, 3 macam dalam jenis menyalahkan, dan 2 macam dalam jenis memuji. Berikut kolom komentar tindak tutur yang ada pada iklan SGM akun *youtube channel "AnggaFer"*:

### 1. Tindak tutur ekspresif mengkritik

- "Mohon iklan ini dihapus karena ada pelanggaran tata cara penggunaan setangan leher/ dasi pramuka yang merupakan simbol dari bendera kebangsaan Indonesia yang digunakan pada iklan ini untuk mengikat baling-baling pesawat mainan": Pada kjtipan tersebut termasuk kritikan karena terdapat hal yang harus diubah untuk kenaikan dan bentuk toleransi.
- "Bagusan iklan SGM yang dulu, simple dan gak berlebihan, yang ini memang kreatif tapi terlalu berlebihan": Termasuk kedalam kritikan agar dalam iklan tidakn berlebihan atau hiperbola.
- "Nah ada yang sependapat ternyata, saya biasanya jarang lihat iklan, pas liat tv kok aneh pake kacunya, makanya langsung mampir kesini": kutipan tersebut memiliki makna kritikan dan setuju dengan pendapat dari penulis kolom komentar yang lain.
- "Karakter anaknya terlalu dominan dan pingin tampil yang lain jadi kaya ompong bengong": kutipan tersebut memiliki makna kritikan karena karakter anak yang dominan dan bengong yang menjadikan iklan kurang bagus.

### 2. Tindak tutur ekspresif menyalahkan

- “Saya setuju karena sudah salah dalam penggunaan hasduk atau dasi merah putih, tolong segera dihapus”: kutipan ini termasuk menyalahkan karena ketidaksetujuan dari iklan ini dan setuju dengan pendapat komentar sebelumnya.
- “Pak Menteri kenapa ga ditutup saja televisi yang tayangi iklan ini, apa sudah ga ada lagi kebanggaan pada merah putih, atau semua yang terlibat dengan yang membuat harus dididik lagi”: memiliki makna bahwa yang membuat konsep tersebut salah karena beranggapan tidak menghargai hasduk berwarna merah putih sebagai lambing bendera bangsa Indonesia.
- “Ane dulu dasi pramuka gitu kubuat ikat pinggang langsung disuruh push up 20 kali wkwk”: penulis komentar menyalahkan karena dia juga pernah mengalami hal tersebut.

### 3. Tindak tutur ekspresif memuji

- “Iklan ini sangat bagus”: ada yang berpendapat bahwa iklan ini bagus.
- “Iklan ini sekarang ada versi barunya”: penulis komentar mendukung dan mengapresiasi dari versi baru iklan tersebut.

## SIMPULAN

Simpulan penelitian ini adalah 1) tindak tutur adalah unsur pragmatik adanya pembicara dan yang diajak bicara atau penulis maupun pembaca yang dilibatkan, 2) pada sebuah kolom komentar pada iklan SGM akun youtube “AnggaFer” terdapat tindak tutur ekspresif, dan 3) ada 12 kolom komentar tetapi hanya 10 komentar yang tergolong jenis tindak tutur ekspresif. Terdapat 4 macam dalam jenis tindak tutur ekspresif mengkritik, 3 macam dalam jenis menyalahkan, dan 2 macam dalam jenis memuji.

## REFERENSI

- Afrianti, I., & Asmiatiningsih, S. (2021). Tindak tutur penggunaan bahasa hipnotis: kajian pragmatik. *EPIGRAM (e-Journal)*, 18(2). <https://doi.org/10.32722/epi.v18i2.4128>.
- Ariyanti, L. D., & Zulaeha, I. (2017). Tindak tutur ekspresif humanis dalam interaksi pembelajaran di sma negeri 1 batang: Analisis wacana kelas. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(2), 111-122. DOI: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka/article/view/17272>.
- Hanafi, M. (2019). Kesantunan berbahasa dalam perspektif pragmatik. *Cakrawala Indonesia*, 1(1), 1-10. DOI: <https://jurnal.umsrappang.ac.id/cakrawala/article/view/10>.

- Panggalo, S. (2022). Kajian Deskriptif tentang Stilistika dan Pragmatik. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(11), 5075-5081. DOI: <http://jiip.stkipyapisdompnu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/1150>.
- Purba, A. (2014). Tindak tutur dan peristiwa tutur. *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 1 (1). Diambil dari <https://online-journal.unja.ac.id/pena/article/view/1K426> .
- Sari, F. D. N., Wardiani, R., & Setiawan, H. (2022). Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Talkshow Tonight Show (Maret 2021). *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 9(2). DOI: <https://jurnal.stkipgriponorogo.ac.id/index.php/JBS/article/view/181>.
- Saifudinn, A. (2018). Konteks dalam studi linguistik pragmatik. *Lite: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 14(2), 108-117. DOI: <https://doi.org/10.33633/lite.v14i2.2323>.