



Analisis Ilokusi dan Implikaturinya pada Teks Iklan, Slogan, dan Poster dalam Materi Bahasa Indonesia Kelas VIII Kurikulum Merdeka

Amelia Novitasari¹, Monica Zahroh², Zidna Fitriana³, Ergita Amiarti⁴, Jihan Malika Utami⁵, Asep Purwo Yudi Utomo⁶, Amilia Buana Dewi Islamy⁷

^{1,2,3,4,6,7} Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Semarang

⁵ Pendidikan Seni Drama Tari dan Musik, Universitas Negeri Makassar

Email: amelianovitasari12@students.unnes.ac.id¹, monicazahroh24@students.unnes.ac.id², zidnafitriana2725@students.unnes.ac.id³, ergitamiarti@students.unnes.ac.id⁴, jihanmalikautami02@gmail.com⁵, aseppyu@mail.unnes.ac.id⁶, amiliabuana@gmail.com⁷

Abstract. *This research aims to analyze illocutionary and implicatures in advertisements, slogans, and posters in the Indonesian language material for class VIII Merdeka Curriculum. This research uses a descriptive qualitative and pragmatic approach. The authors obtained data by listening and reading related references and recording information that could be used as data. For this reason, the techniques used in this research are listening, reading, and note-taking. The data studied in this research are advertisements, slogans, and posters in the Indonesian language material for class VIII Merdeka Curriculum. The data analysis method used in this article method and pragmatic heuristic method. Researchers analyzed the text in depth in terms of characteristics and truth testing. As a result of data analysis, only three types of five types of illocutionary speech acts were found in the 12 samples on advertisement images, slogans, and posters, including (1) assertive speech acts of stating and providing information; (2) inviting directive speech acts; and (3) prohibit declarative speech acts. Through this research, it is hoped that we will be able to obtain an overview of illocutionary speech acts and their implicatures found in advertisements, slogans, and posters and practically this research can be used as a basis for future researchers, especially regarding the analysis of illocutionary speech acts and their implicatures.*

Keywords: *illocutionary, implicature, advertising, slogan, poster.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ilokusi dan implikaturinya pada teks iklan, slogan, dan poster dalam materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan pragmatik. Penulis memperoleh data dengan cara menyimak yang disertai dengan membaca referensi terkait dan mencatat informasi yang dapat dijadikan data. Karena alasan tersebut, maka teknik yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik simak, baca, dan catat pada penelitian ini. Data yang dikaji dalam penelitian ini adalah teks iklan, slogan, dan poster dalam materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka. Metode analisis data yang digunakan merupakan metode padan dan metode heuristik pragmatik. Peneliti menganalisis dari segi karakteristik dan uji kebenaran secara mendalam mengenai teks tersebut. Hasil analisis data, hanya ditemukan tiga jenis dari lima jenis tindak tutur ilokusi dalam 12 data gambar iklan, slogan, dan poster, diantaranya yaitu (1) tindak tutur asertif menyatakan dan memberikan informasi; (2) tindak tutur direktif mengajak; dan (3) tindak tutur deklaratif melarang. Melalui penelitian ini diharapkan untuk dapat mengetahui gambaran mengenai tindak tutur ilokusi dan implikaturinya yang terdapat pada teks iklan, slogan, dan poster dan secara praktis penelitian ini dapat dijadikan landasan kepada peneliti selanjutnya terutama mengenai analisis tindak tutur ilokusi dan implikaturinya.

Kata Kunci: ilokusi, implikatur, iklan, slogan, poster.

1. PENDAHULUAN

Media komunikasi yang sering digunakan untuk berinteraksi dalam kehidupan sosial adalah bahasa. Suatu informasi, gagasan, maupun kritikan yang dapat disampaikan dan dipahami oleh penerima informasi menjadi bentuk komunikasi yang baik. Selain itu, hubungan antara masyarakat satu dengan yang lain dalam komunikasi menjadi hal penting untuk menyelesaikan masalah sehingga mencapai tujuan bersama. Komunikasi terbagi atas dua jenis,

yakni verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal dapat diwujudkan dalam media lisan maupun tulis, sedangkan komunikasi nonverbal berwujud kode, mimik wajah, simbol, warna, bunyi, dan lainnya. Berkaitan dengan komunikasi verbal, wacana tulis seperti Iklan, slogan, dan poster menjadi perwujudan media komunikasi dan pemasaran pada produk, barang, atau jasa. Penggunaan bahasa dalam iklan atau poster menjadi tindak tutur untuk menarik atensi masyarakat dengan harapan bersedia membeli produk tersebut. Inti dari komunikasi adalah tindak tutur, karena setiap tuturan mempunyai tujuan yang akan mempengaruhi proses komunikasi (Wulandari & Utomo, 2021). Oleh karena itu, bahasa selalu berbentuk tindak tutur yang harus dikaji strukturnya, hal ini menjadi dasar analisis pragmatik. Tindak tutur yang menjadi objek dalam kajian pragmatik ini mempunyai pengertian bahwa tuturan yang disampaikan harus mempunyai maksud dan mempengaruhi lawan bicara atau pendengarnya yang dapat berupa suara, kata, frasa, kalimat, ataupun tuturan lain (Safitri et al., 2021). Sedangkan menurut (Rustono, 1999) tindak tutur dalam bahasa Inggris adalah *speech act* "entitas yang bersifat sentral" yang kemudian mempunyai posisi penting dalam analisis pragmatik, seperti prinsip kerja sama, prinsip kesantunan, implikatur, atau yang lainnya. Oleh karena itu, tanpa adanya tindak tutur, analisis pragmatik masih harus diteliti lebih dalam.

Austin dalam (Suhartono, 2020) menjelaskan bahwa tindak tutur menjadi suatu kegiatan penyampaian maksud. Tindak tutur terdiri atas tiga elemen, yakni lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Tindak lokusi merupakan suatu bentuk ekspresi atau dasar dari maksud sebuah tuturan. Tindak ilokusi adalah bentuk penyampaian maksud atau apa yang dilakukan penutur dalam tuturannya. Kemudian tindak perlokusi adalah tindak penutur dalam menyampaikan tuturan untuk mempengaruhi atau memperjelas. Diantara ketiga jenis tindak tutur di atas, ilokusi merupakan tindak tutur yang mengandung konsep penting dalam studi linguistik pragmatik karena membantu kita memahami bagaimana tuturan digunakan untuk mencapai tujuan komunikatif. Hal tersebut penting untuk diteliti karena Ilokusi membantu kita mengidentifikasi makna sebenarnya di balik tuturan. Ilokusi sangat bergantung pada konteks komunikasi, misalnya untuk menjadi komunikator yang efektif, penting untuk memahami bagaimana menggunakan ilokusi dengan benar agar mencapai tujuan komunikatif, seperti meminta, menyatakan, atau memerintahkan. Penelitian ilokusi membantu dalam menganalisis wacana dan struktur bahasa dalam konteks komunikasi yang lebih luas, sehingga pemahaman tentang ilokusi membantu kita bersosialisasi bersama orang lain dalam berbagai situasi, baik dalam percakapan sehari-hari, bisnis, politik, atau hukum. Hal ini dijelaskan oleh (Melani & Utomo, 2022) bahwa tindak tutur ilokusi menjadi bentuk tindak tutur untuk bertindak sesuatu

yang mengandung tuturan terkait dengan siapa, kapan, dan dimana tindak tutur tersebut dilaksanakan.

Dapat ditemukan bermacam penelitian yang relevan yang telah dikerjakan oleh sejumlah peneliti dalam bidang bahasa, di antaranya (Jupri & Jumadil, n.d.) yang menganalisis tindak tutur ilokusi, fungsi, dan implikaturinya dalam wacana iklan restaurant di Senggigi. Kemudian (Risnawati et al., 2022) mengkaji tindak tutur ilokusi dan implikatur konvensional dalam wacana meme covid 19. Selain itu, dalam penelitian (Ajis et al., 2021), tindak tutur yang memuat implikatur dalam drama *Ansangu Shinderera Byouin Yakuzaishi No Shohousen*. Selain itu, (Sari, 2021) yang menganalisis tindak tutur dalam iklan "Sari Roti" di Televisi. Berdasarkan penelitian yang telah disajikan, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan terhadap penelitian ini. Persamaan yang banyak ditemukan di dalam penelitian adalah fokus penelitian. Sebagian besar penelitian mengkaji tindak tutur ilokusi dan implikaturinya. Namun, meskipun demikian terdapat beberapa perbedaan, di antaranya terdapat pada objek penelitiannya. Peneliti terdahulu menggunakan wacana iklan dari gambar maupun televisi dan wacana meme sebagai objek penelitian. Sementara di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan iklan, slogan, dan poster sebagai objek penelitian. Kemudian peneliti juga memberikan informasi terbaru yang diharapkan dapat membantu pembaca yang kesulitan di dalam mencerna makna yang terkandung di dalam iklan, slogan, ataupun poster. Jika beberapa penelitian sebelumnya menyajikan data yang terbatas maka penelitian ini diperlukan untuk memberikan data yang lebih luas sehingga dapat melengkapi penelitian sebelumnya mengenai pragmatik, khususnya tentang ilokusi dan implikaturinya.

Dalam analisis ini, peneliti menggunakan judul "Analisis Ilokusi dan Implikaturinya pada Teks Iklan, Slogan, dan Poster dalam Materi Bahasa Indonesia Kelas VIII Kurikulum Merdeka" karena pada penelitian sebelumnya belum ada peneliti yang membahas terkait penelitian dengan judul ini. Dalam iklan, slogan, dan poster terdapat suatu kebahasaan yakni bahasa yang persuasif sehingga mampu membuat khalayak yang mengetahui tertarik, hal ini juga tidak lepas dari kedudukan tindak tutur yang diaplikasikan oleh produsen. Tindak tutur adalah pengujaran kalimat untuk menunjukkan maksud penutur kepada orang yang mendengarkannya. Menurut (Ibrahim & Syukur, 1993) tindak tutur meliputi situasi psikologis (seperti memohon maaf, berterima kasih) dan tindak sosial misalnya berupa mempengaruhi perilaku orang lain (seperti memerintah, mengingatkan) atau menciptakan kontrak (seperti menamai, berjanji). Iklan, slogan, dan poster merupakan salah satu tindak tutur, lebih tepatnya tindak tutur ilokusi. Menurut (Akhmad, 2019), tindak tutur ilokusi berarti melakukan suatu tindakan sesuai apa yang diujarkan. Tindak tutur ilokusi juga bisa didefinisikan sebagai tindak

tutur yang memuat arti tersembunyi atau arti lain yang diinginkan oleh pihak tutur kepada lawan tuturnya. Tindak tutur ilokusi merupakan suatu bentuk tindakan terhormat dan sopan dari penutur dan mitra tutur saat berbicara (Achsani, 2019). Selain itu, Wijana dalam (Rahmasari & Utomo, 2021) menjelaskan bahwa selain digunakan untuk menyebutkan atau memberikan suatu informasi, tindak tutur ilokusi juga mampu digunakan untuk melaksanakan sesuatu seturut situasi tuturnya ditinjau secara seksama. Jadi, jenis tindak tutur ini diartikan sebagai tindak tutur yang bersifat memberikan informasi dan melaksanakan sesuatu, sembari memiliki daya tuturan dan maksud.

Penelitian ini mengkaji makna implikatur dalam iklan, slogan, dan poster. Implikatur membantu memahami maksud tuturan. Implikatur timbul karena adanya pelanggaran prinsip percakapan yakni yang menyusun mekanisme penuturan antar penuturnya guna mampu bercakap-cakap secara kooperatif dan santun (Isnaeni & Utomo, 2020). Implikatur percakapan terdiri dari proposisi atau "pernyataan" implikatif, yaitu hal-hal yang mungkin diartikan, disiratkan, atau dimaksudkan oleh penutur yang berbeda dari apa yang sebenarnya mereka katakan dalam percakapan (Khoirurrohmah, 2019). Iklan, slogan, dan poster adalah beberapa contoh media di mana tuturan dapat ditemukan. Setiap iklan, slogan, dan poster memiliki tujuan tertentu. Iklan, slogan, dan poster dibuat untuk tujuan sosial seperti memengaruhi khalayak, bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan finansial. Ada beberapa alasan mengapa penelitian ini menarik. Pertama, iklan, slogan, dan poster mengandung makna atau pesan yang ingin diberitahukan kepada sasaran. Orang biasanya hanya memperhatikan makna eksplisit dari iklan, slogan, dan poster, tetapi mereka tidak memperhatikan makna tersirat atau implisit yang mereka baca. Kedua, pengkajian yang lebih mendalam diperlukan untuk memahami makna implisit iklan, slogan, dan poster. Teori implikatur dapat digunakan untuk melakukan pengkajian ini. Berdasarkan alasan di atas, peneliti ingin menyelidiki iklan, slogan, dan poster yang ada dalam materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka dengan memberikan penekanan khusus pada makna umum dari iklan, slogan, dan poster tersebut.

Tujuan penelitian mengenai analisis ilokusi dan implikatur pada teks iklan, slogan dan poster dalam materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka adalah *pertama*, untuk menyelesaikan tugas akhir pada mata kuliah Pragmatik Bahasa Indonesia. *Kedua*, untuk menuturkan, menguraikan, dan menjelaskan pemakaian bahasa pada teks iklan, slogan, dan poster Materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka. Kajian ini dilakukan berdasarkan pemakaian Bahasa dalam teks iklan, slogan, dan poster yang bertujuan untuk mengetahui wujud tindak tutur ilokusi.

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Secara teoretis, penelitian ini bermanfaat untuk memperoleh pengetahuan tentang gambaran mengenai tindak tutur ilokusi dan implikaturinya yang terdapat pada teks iklan, slogan, dan poster. Sedangkan secara praktis pada penelitian ini kiranya dapat dijadikan landasan kepada peneliti selanjutnya terutama mengenai analisis tindak tutur ilokusi dan implikaturinya. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi alternatif sumber belajar dalam pembelajaran Bahasa Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Hasil penelitian dapat dipengaruhi oleh metode dan pendekatan yang dipilih. Pada penelitian ini terdapat dua pendekatan yang diimplementasikan yakni pendekatan metodologis berwujud pendekatan deskriptif kualitatif dan pendekatan teoretis berupa pendekatan pragmatik. Menurut (Winartha, 2006) metode deskriptif kualitatif yakni salah satu metode penelitian yang digunakan dengan melakukan proses analisis, penggambaran, dan merangkum beragam situasi, situasi dari data-data yang digabungkan berwujud hasil *interview* atau observasi tentang perkara topik yang diteliti sesuai apa yang terjadi secara langsung. Penelitian deskriptif yakni metode yang penelitiannya berusaha demi menuturkan pemecahan masalah yang tampak berlandaskan data-data, dengan menampilkan, menggambarkan, menelaah, dan menginterpretasikan (Narbuko et al., 2015). Sedangkan penelitian kualitatif merupakan pengkajian yang memiliki tujuan guna mendapatkan pengetahuan yang unggul mengenai fenomena yang dihadapi oleh subjek penelitian, misalnya tingkah laku, persepsi, motivasi, dan perbuatan, secara komprehensif dan menggunakan berbagai metode ilmiah dalam konteks alami (Moleong, 2005). Jadi, dalam penelitian ini, penulis menguraikan data kualitatif melalui prosedur deskriptif.

Data di dalam penelitian berupa ilokusi dan implikaturinya pada teks iklan, slogan, dan poster dalam materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka. Sementara sumber data penelitian ini adalah teks iklan, slogan, dan poster pada Buku Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka. Dalam penelitian ini, akan dikaji beberapa teks iklan, slogan, dan poster. Sumber data penelitian ini adalah teks iklan, slogan, dan poster pada buku pelajaran Bahasa Indonesia Kelas VIII Kurikulum MerdekaMerdeka terbitan Kemendikbud cetakan pertama tahun 2021. Buku dengan tebal 204 halaman ditulis oleh Maya Lestari Gusfitri dan Elly Delfia.

Kegiatan penelitian yang terpenting adalah pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi penggunaan teknik menyimak disertai dengan teknik baca dan mencatat. Menurut Mahsun dalam (Komariyah et al., 2022), metode menyimak digunakan

karena melibatkan menyimak melalui bahasa. Istilah menyimak di sini tidak semata-mata berkaitan dengan pemakaian bahasa lisan saja, akan tetapi juga pemakaian bahasa tulis. Teknik pengumpulan data selanjutnya adalah teknik membaca, pada tahap ini kegiatan diawali dengan membaca topik penelitian, khususnya membaca iklan, poster dan slogan pada Materi Bahasa Indonesia Kelas VIII Kurikulum Merdeka. Setelah selesai membaca, dilanjutkan dengan teknik mencatat. Teknik pencatatan dilakukan dengan mencatat tindak tutur kebahasaan yang terdapat dalam iklan, poster, dan slogan pada materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka, yang kemudian ditindaklanjuti dengan pengategorian atau pengelompokan. Kemudian data dikumpulkan dan disimpan dalam kartu data. Pencatatan dapat dikerjakan langsung setelah menyelesaikan teknik pertama (teknik mendengarkan) dan menggunakan alat tulis tertentu.

Menganalisis data berarti kegiatan menyusun, mengintegrasikan, dan menyelidiki data secara sistematis. Dalam penggunaannya teknik analisis data yang dipilih harus sesuai dengan satuan kebahasaan yang dijadikan sebagai objek yang dianalisis. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode padan dan metode heuristik pragmatik. Kedua metode ini dipakai dengan tujuan agar saling berkaitan untuk mendapat data yang orisinal. Menurut Sudaryanto dalam (Sagita & Setiawan, 2020), teknik padan digunakan untuk menganalisis jenis, teknik padan yakni teknik analisis yang alat penentunya berada di luar bahasa dan tidak menjadi bagian dari bahasa itu sendiri. Teknik padan yang dipakai adalah teknik padan pragmatik yang alat penentunya merupakan penutur dan mitra tutur yang menimbulkan reaksi. Sedangkan teknik analisis heuristik adalah salah satu bentuk penyelesaian persoalan dalam analisis pragmatik yang diutarakan oleh Leech dalam (Muthia, 2015). Analisis heuristik digunakan untuk menafsirkan tuturan dari segi lawan tutur. Metode heuristik berupaya untuk menemukan data-data yang dapat teruji kebenarannya, kemudian metode padan pragmatik digunakan berdasarkan ciri sifat penelitian yang meneliti bahasa secara eksternal (Lestari & Yuniawan, 2020).

Setelah melakukan analisis data, peneliti kemudian melakukan penyajian data. Teknik penyajian data pada penelitian ini yaitu menggunakan metode formal dan informal. Penyajian data secara formal disajikan dalam bentuk tabel, sedangkan penyajian data secara informal disajikan dengan penjelasan-penjelasan atau dalam bentuk deskriptif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahasa merupakan alat komunikasi antara manusia. Menurut Adani dalam (Sekarsany et al., 2020) dengan mengaplikasikan bahasa memiliki tujuan untuk saling mengerti maksud dan tujuan antara pihak tutur dengan mitra tutur. Menurut (Salsabila et al., 2023) pragmatik

yaitu studi yang berkenaan dengan hubungan antara Bahasa, atau dilambangkan dalam struktur bahasa. Selain itu, pragmatik diartikan sebagai cabang ilmu linguistik yang menelaah tentang makna kontekstual yang dikatakan oleh pihak tutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca). Pendapat lain yang hampir sama diungkapkan oleh (Ariyadi et al., 2021), pragmatik yakni cabang dari ilmu bahasa yang berisi mengenai kajian tentang makna tuturan dalam percakapan dengan mencermati aspek di luar bahasa yang meliputi situasi, konteks, dan penutur. Ada banyak hubungan antara kalimat dan konteks, situasi, atau kedudukan yang digunakan dalam komunikasi. Berkaitan dengan pernyataan tersebut, (Utomo et al., 2023) menjelaskan situasi tutur mendukung terbentuknya suatu tuturan, dan kedudukan konteks juga berkaitan dengan fungsi tindak tutur. Leech dalam (Sekarsany et al., 2020) mengungkapkan bahwa pragmatik merupakan ilmu yang berkenaan dengan makna dalam kaitannya dengan situasi-situasi ujar. Dalam pragmatik, situasi ujar sangat penting karena membedakan pragmatik dari semantik. Oleh karena itu, dari beberapa pendapat ahli di atas dapat diperoleh kesimpulan bahwa pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang mengkaji maksud dan tujuan dalam kaitannya dengan situasi ujaran komunikasi yang diungkapkan oleh pihak tutur dan mitra tutur.

Tindak tutur didefinisikan sebagai salah satu poin yang sering dibahas dalam pragmatik. Hal tersebut berkaitan dengan pendapat Rustono dalam (Widyawati & Utomo, 2020) bahwa tindak tutur yaitu salah satu hal yang berpengaruh di dalam sebuah analisis pragmatik. Mengucapkan atau mengatakan sebuah cakapan bisa dianggap melaksanakan tindakan seperti mempengaruhi dan menyuruh. Menurut (Putri et al., 2022) tindak tutur adalah kegiatan di mana seseorang berbicara tentang suatu hal. Alviah (dalam Marwuni & Utomo) berpendapat bahwa tindak tutur menyimpan berbagai maksud yang mampu dikenali berdasarkan konteks percakapannya atau pertuturannya. Selain itu, tindak tutur menurut Arifiany dalam (Putriyanto, 2022), didefinisikan sebagai perilaku berbahasa seseorang yang terdiri dari ujaran yang diucapkan selama peristiwa berbicara. Sejalan dengan pendapat tersebut, (Siddiq, 2019) juga mengungkapkan bahwa tindak tutur, gejala psikologis, dibuktikan oleh kemahiran berbahasa pihak tutur dalam situasi tertentu. Proses komunikasi bergantung pada peristiwa tindak tutur. Peristiwa ini terkait atas dasar bagaimana bahasa mewakili ide dalam pandangan. Tindak tutur lebih memperhatikan tindakan dalam ucapannya. Menurut Yule dalam (Putriyanto, 2022), tindak tutur adalah tindakan yang diperlihatkan melalui tutur kata. Setelah membaca beberapa penjelasan tentang tindak tutur di atas, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa tindak tutur adalah tindakan berbahasa seseorang yang mewakili gagasan dalam pikiran, kemudian di ujarkan melalui tutur kata selama proses peristiwa berbicara.

Dalam bukunya, Searle dalam (Putriyanto, 2022) mengatakan bahwa pihak tutur mampu melaksanakan tiga jenis tindakan secara pragmatis, yaitu lokusi (*Locutionary Act*), ilokusi (*Ilocutionary Act*), dan perlokusi (*Perlocutionary Act*).

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis tindak tutur ilokusi dalam materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka. Menurut Chaer dalam (Artati et al., 2020), tindak tutur ilokusi didefinisikan sebagai tindak tutur yang mengungkapkan sesuatu disertai dengan tindakan menjalankan sesuatu. Kemudian, melengkapinya pendapat sebelumnya Ibrahim dalam (Saputro, 2013) mengungkapkan bahwa mitra tutur yang mengerti tindakan yang diungkapkan oleh penutur, maka maksud tindak tutur ilokusi dipenuhi. Jenis maksud ilokusi sesuai dengan sikap yang diungkapkan. Bukan hanya lawan tutur yang harus memahami apa yang dimaksudkan penutur untuk dikatakan, tetapi juga penutur harus memahami apa yang dimaksudkan untuk dikatakan kepada lawan tuturnya dengan sikap yang sesuai. Jadi, dari kedua pendapat tokoh tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tindak tutur jenis ilokusi tidak sekedar berisi informasi, bahkan juga membawa pengaruh pada mitra tutur untuk bertindak sesuai dengan ujaran penutur.

Searle dalam (Putriyanto, 2022) menciptakan kategori tindak tutur yang bergantung pada maksud tujuan dan perspektif penutur yang masing-masing mempunyai fungsi komunikatif tersendiri. Berikut adalah klasifikasi tindak tutur ilokusi. Tindak tutur asertif berarti penutur mengikat dirinya kepada kebenaran proposisi. Penjelasan lainnya, tindak tutur asertif yaitu tuturan yang harus terkait oleh kevaliditasan atau sesuai dengan kenyataan (Putri et al., 2022). Informasi yang dituturkan harus akurat apabila penutur bekerja menyampaikan informasi. Oleh karena itu, perlu adanya observasi dari petutur untuk membuktikan kebenaran informasinya. Meliputi menginformasikan, mengatakan, melaporkan, menjelaskan, menunjukkan, dan lain-lain.

Tindak tutur direktif yakni tindak tutur yang digarap oleh penutur dengan maksud supaya rekan bicarannya bertindak sesuatu atau berharap mereka melakukan sesuatu. Tindak tutur yang dimaksudkan untuk menjadikan mitra tutur melaksanakan apa yang dia inginkan dapat dikatakan tindak tutur direktif, hal ini dijelaskan oleh Searle dalam (Oktapiantama et al., 2023). Seorang pihak tutur memberikan informasi atau ide yang menarik dan rasional sehingga mitra tuturnya memahaminya, tertarik, dan ingin melakukannya. Meliputi meminta, menyarankan, mengajak, memaksa, mendesak, menagih, menyuruh, memerintah, mendesak, menantang, memohon, memberi aba-aba, dan lain-lain.

Tindak tutur ekspresif dapat diartikan sebagai tindak tutur yang dimaksudkan guna mengikat rekan bicara agar bertindak sesuai apa yang disebutkan dalam tuturan. Menurut Yule dalam (Pratama & Utomo, 2020), tindak tutur ekspresif terdiri dari tindak tutur yang menyatakan apa yang dialami oleh pembicara. Sebagai wujud petuturan, seseorang dapat menanggapi dengan berbicara tentang apa yang dilakukan oleh lawan bicaranya. Misalnya penutur mengatakan terima kasih kepada orang yang menolong kita. Jenis tindak tutur ilokusi ekspresif ini dapat dikenali dengan adanya beberapa kata. Meliputi mengeluh, mengucapkan terima kasih, memuji, dan mengkritik.

Tindak tutur komisif merupakan tindak tutur yang dimaksudkan untuk menarik rekan bicara supaya melakukan apa yang diujarkan dalam tuturan di masa mendatang. Penutur seolah-olah meminta lawan tuturannya untuk melakukan apa yang diperintakkannya, dan ada unsur ketegasan dalam pelaksanaannya yang membuat lawan tuturannya lebih cenderung melakukannya. Meliputi berjanji, bersumpah, mengancam, dan menawarkan sesuatu.

Tindak tutur deklaratif adalah jenis tuturan atau pernyataan yang bersifat benar mengenai sesuatu hal (keadaan, status, dan sebagainya). Menurut (Putri et al., 2022), tindak tutur deklaratif didefinisikan sebagai tindak tutur yang mengandung tujuan guna menciptakan sesuatu yang mutakhir. Dalam kasus ini, penutur mempunyai pemikiran yang kuat sehingga harus mengatakan sesuatu yang kuat tentang pemikiran tertentu, bahkan setelah melewati mekanisme yang membutuhkan waktu untuk menghasilkan ucapan yang tegas dan dapat dipertanggungjawabkan. Meliputi melarang, membatalkan, memutuskan, mengizinkan, dan memberi maaf.

Implikatur, menurut Mey dalam (Yulianti & Utomo, 2020), adalah sesuatu yang terimplikasi dalam suatu percakapan atau tersirat dalam penggunaan bahasa secara aktual. Makna diinterpretasikan sesuai dengan keadaan dan konteks. Teori implikatur membantu kita mengetahui makna yang tersirat dari ucapan orang yang berbicara. Grice dalam (Yulianti & Utomo, 2020) juga menyebutkan bahwa implikatur percakapan yaitu proposisi atau pernyataan yang tidak langsung, artinya sesuatu yang mungkin diartikan, disiratkan, atau dimaksudkan oleh pembicara, meskipun tidak sama dengan apa yang dia katakan. Selain itu, menurut Gunarwan dalam (Yulianti & Utomo, 2020), implikatur percakapan terjadi karena ujaran memiliki implikasi berupa proposisi yang sebenarnya tidak termasuk dalam pernyataan dan tidak juga merupakan konsekuensi yang seharusnya terjadi dari ungkapan atau penjelasan tersebut. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa implikatur adalah konsep dalam linguistik yang merujuk pada makna yang tersirat atau terimplikasi dalam suatu percakapan atau penggunaan bahasa aktual. Makna ini dapat bervariasi sesuai dengan konteks dan keadaan.

Analisis ilokusi pada teks iklan, slogan, dan poster dalam materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka ditemukan beberapa jenis ilokusi dan aspek implikatur yang terkandung. Hasil penelitian memperlihatkan adanya pemakaian variasi tindak tutur ilokusi, mulai dari asertif, direktif, dan deklaratif.

Tabel 1. Jenis Tindak Tutur Ilokusi pada Teks Iklan, Slogan, dan Poster

No.	Jenis Tindak Tutur	Jumlah
1.	Tindak tutur asertif	7
2.	Tindak tutur direktif	4
3.	Tindak tutur ekspresif	0
4.	Tindak tutur komisif	0
5.	Tindak tutur deklaratif	1
Jumlah		12

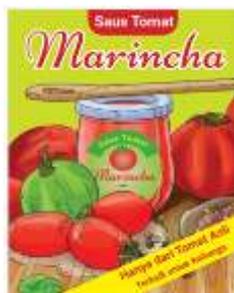
Tabel 2. Implikatur dalam Teks Iklan, Slogan, dan Poster

No.	Fungsi Implikatur	Jumlah
1.	Mengajak	4
2.	Memberikan informasi	6
3.	Menyatakan	1
4.	Melarang	1
Jumlah		12

Data tersebut menyajikan sebuah hasil penelitian mengenai jenis tindak tutur dan implikatur pada teks iklan, slogan, dan poster dalam materi bahasa Indonesia kelas VIII kurikulum merdeka. Penelitian ini menghasilkan jenis tindak tutur ilokusi asertif, direktif, dan deklaratif, sedangkan untuk mengetahui makna dari gambar tersebut peneliti menyajikannya melalui implikatur.

Peneliti hanya akan membahas dua gambar iklan, slogan, dan poster yang ditemukan pada masing-masing jenis tindak tutur ilokusi. Namun, pada iklan, slogan, dan poster yang dibahas, peneliti hanya menemukan satu jenis tindak tutur ilokusi deklaratif yang implikaturnya menyatakan sebuah larangan. Berikut pembahasan data jenis ilokusi dan implikatur pada teks iklan, slogan, dan poster dalam materi bahasa Indonesia kelas VIII kurikulum merdeka.

3.1. Tindak Tutur Asertif



Gambar 1

Pada gambar di atas merupakan data ke-5 dalam objek yang dianalisis. Konteks dalam tuturan gambar tersebut yakni penutur mempromosikan sebuah produk berupa saus tomat “Marincha”. Penutur menyatakan bahwa saus tersebut memiliki kualitas terbaik karena dibuat hanya dari tomat asli, sehingga cocok untuk masakan yang dihidangkan dalam keluarga.

Dalam gambar tersebut ditemukan tuturan "Hanya dari tomat asli". Tuturan tersebut termasuk dalam tuturan ilokusi asertif dengan kategori menyatakan. Pada tuturan "Hanya dari tomat asli" yang disampaikan penutur kepada mitra tutur melalui gambar tersebut menunjukkan pernyataan dari produsen bahwa saus tomat “Marincha” dibuat dari tomat asli dan menjadi pilihan terbaik untuk keluarga. Kata "hanya" merupakan kata yang digunakan untuk meyakinkan sebuah pernyataan agar mitra tutur yang membaca atau melihat gambar tersebut dapat memahami maksud dari penutur terkait dengan pernyataan bahwa saus yang di promosikan benar-benar terbuat dari tomat asli, dengan pernyataan tersebut diharapkan pembaca dapat memilih dan membeli saus tomat "Marincha" dibanding saus merek lainnya.

Implikatur dalam tuturan "Hanya dari tomat asli" menunjukkan bentuk sebuah pernyataan meyakinkan dari penutur kepada mitra tutur. Maksud dari tuturan tersebut menunjukkan bahwa saus tomat “Marincha” benar-benar terbuat dari bahan baku tomat asli tanpa campuran apapun, lebih tepatnya bahwa penutur bermaksud menunjukkan kualitas dari sebuah saus yang dipromosikan kepada mitra tutur. Sehingga pembaca diharapkan dapat memilih dan membeli saus yang sedang dipromosikan atau diiklankan.

Analisis ini memiliki kurang lebih persamaan dan perbedaan dengan analisis yang telah dilakukan oleh (Sari, 2021). Persamaan kedua analisis ini dapat ditemukan dari hasil dan pembahasan yang mengkaji mengenai tindak tutur pada iklan. Kemudian perbedaannya, pada analisis yang dikerjakan oleh (Sari, 2021) memanfaatkan objek penelitian berupa iklan yang ada di Televisi dengan menganalisis dari semua segi jenis tindak tutur, sedangkan dalam analisis ini peneliti menggunakan objek penelitian berupa gambar iklan, slogan, dan poster dalam materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka dengan menganalisis dari segi tindak tutur ilokusi secara khusus.



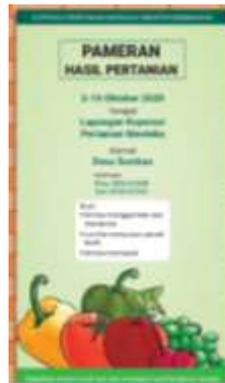
Gambar 2

Pada gambar di atas merupakan data ke-9 dalam objek yang dianalisis. Konteks tuturan dalam gambar di atas yakni menawarkan perjalanan yang cepat dan aman bagi penumpang. Dalam konteks ini kata "cepat" mengacu kepada waktu perjalanan yang ditempuh lebih singkat dibandingkan dengan bus lainnya, dan kata "selamat" mengacu pada keamanan perjalanan yang dijamin oleh bus patas.

Dalam gambar tersebut ditemukan tuturan "perjalanan Bus Patas dengan cepat dan selamat" aspek konteks pada gambar tersebut memberikan informasi mengenai perjalanan menggunakan bus patas dengan keunggulan cepat dan sampai dengan selamat. Tuturan tersebut termasuk dalam tuturan ilokusi asertif dengan kategori memberikan informasi. makna tuturan yang diungkapkan adalah bahwa bus patas menawarkan perjalanan yang cepat dan aman bagi penumpangnya. Hal ini dapat dilihat dari slogan yang digunakan dalam iklan tersebut, yaitu "Cepat dan Selamat". Dalam konteks ini, kata "cepat" mengacu pada waktu perjalanan yang lebih singkat dibandingkan dengan bus lainnya, sedangkan kata "selamat" mengacu pada keamanan perjalanan yang dijamin oleh Bus Patas.

Implikatur dalam iklan "Bus Patas Cepat dan Selamat" dapat diartikan bahwa bus patas tersebut memiliki kecepatan yang tinggi dan aman dalam perjalanannya. Implikatur adalah makna yang tersirat dalam suatu tuturan atau kalimat yang tidak diungkapkan secara langsung, tetapi dapat dipahami oleh pendengar atau pembaca melalui konteks atau situasi yang ada. Dalam iklan tersebut, penggunaan kata "Cepat" mengimplikasikan bahwa bus tersebut memiliki kecepatan yang tinggi. Selain itu, penggunaan kata "Selamat" mengimplikasikan bahwa perjalanan dengan bus tersebut aman dan tidak membahayakan penumpang. Implikatur dalam iklan ini bertujuan untuk menarik minat calon penumpang dengan menunjukkan keunggulan bus patas tersebut dalam hal kecepatan dan keamanan perjalanan.

Analisis ini memiliki kurang lebih persamaan dan perbedaan dengan analisis yang telah dilakukan oleh (Dwijayanti & Mujianto, 2021) persamaan kedua analisis ini dapat dilihat dari hasil dan pembahasan yang mengkaji mengenai tindak tutur dan implikaturinya. Kemudian perbedaannya, pada analisis yang dilakukan oleh (Dwijayanti & Mujianto, 2021) menggunakan objek penelitian berupa pembelajaran bahasa Indonesia pada peserta didik SMPN 1 PUJON, sedangkan dalam analisis ini peneliti memanfaatkan objek penelitian berupa gambar iklan, slogan, dan poster.



Gambar 3

Pada gambar di atas merupakan data ke-10 dalam objek yang dianalisis. Konteks tuturan dalam gambar tersebut yakni penutur menunjukkan sebuah informasi mengenai pameran hasil pertanian yang akan diadakan oleh Koperasi Pertanian Merdeka.

Dalam gambar tersebut terdapat tuturan "Koperasi Pertanian Merdeka mempersembahkan Pameran Hasil Pertanian". Tuturan tersebut termasuk dalam tuturan ilokusi asertif dengan kategori memberikan informasi. Pada tuturan "koperasi pertanian merdeka mempersembahkan" yang diungkapkan penutur kepada mitra tutur melalui gambar tersebut menyampaikan informasi yang berkenaan dengan kegiatan yang segera diadakan oleh Koperasi Pertanian Merdeka. Pada gambar juga terdapat informasi tempat, tanggal, dan rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memperjelas informasi yang disampaikan Koperasi Pertanian Merdeka.

Implikatur dalam iklan "Pameran Hasil Pertanian" dapat diartikan bahwa pameran yang akan diadakan oleh Koperasi Pertanian Merdeka memamerkan hasil panen yang mereka panen sendiri. Kata "ikuti" yang terdapat pada gambar tersebut menunjukkan ajakan kepada mitra tutur untuk ikut serta dalam Pameran Hasil Pertanian. Dalam kalimat "Dapatkan aneka hasil tani dan berbagai hasil kerajinan tangan" diharapkan mitra tutur tertarik dengan informasi pameran yang disampaikan oleh mitra tutur.

Analisis ini memiliki kurang lebih persamaan dan perbedaan dengan analisis yang telah dikerjakan oleh (Brillyanti, 2014). Persamaan kedua analisis ini terlihat dari hasil dan pembahasan yang mengkaji tindak tutur ilokusi dan implikturnya. Perbedaan antara kedua analisis tersebut terletak pada objek penelitian. Penelitian yang dikerjakan oleh (Brillyanti, 2014) berwujud wacana iklan layanan masyarakat berbahasa jawa. Sedangkan dalam penelitian ini objek yang digunakan berupa gambar, iklan, slogan, dan poster dalam materi buku Bahasa Indonesia.

3.2. Tindak Tutur Direktif



Gambar 4

Pada gambar di atas merupakan data ke-1 dalam objek yang dianalisis. Konteks tuturan pada gambar di atas yaitu mengajak pembeli untuk membeli benih-benih buah dan sayur unggul seperti tomat, cabai, mentimun, kentang, dan lainnya di toko tersebut. Konteks "dapatkan" mengacu pada sebuah ajakan atau tawaran agar pembeli membeli di toko tersebut. Konteks "unggul" dalam gambar tersebut mengacu pada kualitas benih-benih buah dan sayur yang ditawarkan oleh toko tersebut.

Dalam gambar tersebut ditemukan tuturan "Berbelanjalah di kios Pak Jal". Tuturan tersebut termasuk dalam tuturan ilokusi direktif dengan kategori mengajak. Pada tuturan "Berbelanjalah di kios Pak Jal" kemudian "Kios Pak Jal hanya menyediakan bahan-bahan masakan yang segar. Sayur dan buah langsung diambil dari kebun." disampaikan penutur kepada mitra tutur melalui gambar tersebut untuk mengajak para pembeli untuk membeli bahan-bahan makanan di kios Pak Jal. Kata "berbelanjalah" merupakan kata yang digunakan untuk mengajak agar mitra tutur yang membaca atau melihat gambar tersebut dapat menangkap maksud dari penutur terkait.

Implikatur di dalam tuturan "Berbelanjalah di kios Pak Jal" merupakan kalimat persuasif, yang merupakan sebuah ajakan kepada para pembeli agar membeli bahan-bahan makanan di kios Pak Jal. Kemudian kalimat "Kios Pak Jal hanya menyediakan bahan-bahan masakan yang segar. Sayur dan buah diambil langsung dari kebun." menunjukkan bahwa banyak kelebihan yang dapat diperoleh pembeli jika berbelanja di kios Pak Jal. Oleh karena itu, diharapkan melalui kalimat tersebut pembeli lebih memilih membeli bahan-bahan masakan di kios Pak Jal.

Analisis ini memiliki beberapa persamaan dengan analisis yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Maisyaroh & Utomo, 2020). Persamaannya dapat dilihat pada fokus penelitian, penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sama-sama mengkaji implikatur.

Kemudian perbedaannya adalah penelitian sebelumnya memperoleh data pada periode sepuluh tahun terakhir sehingga datanya tidak terbatas pada satu tahun tertentu sedangkan penelitian ini tidak terdapat periode tahunnya. Sumber data penelitian sebelumnya adalah YouTube dan televisi dan data yang diambil dalam penelitian berupa tayangan iklan sedangkan dalam penelitian ini sumber data didapat dari materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka dan data yang diambil berupa iklan, slogan, dan poster.



Gambar 5

Pada gambar di atas merupakan data ke-3 dalam objek yang dianalisis. Konteks tuturan dalam gambar tersebut dapat diketahui bahwa penutur ingin mengajak mitra tuturnya yakni setiap orang yang sedang mencari buku pelajaran, buku pendamping pelajaran, maupun yang ingin mencari novel agar mendatangi toko buku Biru Muda. Selain itu, penutur menjelaskan pula keunggulan dari toko buku tersebut agar menarik minat mitra tutur.

Dalam gambar tersebut ditemukan tuturan "Dapatkan diskon hingga 50%" dan "ayo ke Biru Muda saja" tuturan tersebut termasuk dalam tuturan ilokusi direktif dengan kategori mengajak. Pada tuturan "dapatkan diskon hingga 50% dan ayo ke Biru Muda saja" yang diungkapkan penutur kepada mitra tutur melalui gambar tersebut memberikan informasi bahwa di Toko Buku "Biru Muda" sedang mengadakan diskon untuk semua jenis buku. Kalimat "ayo ke biru muda saja" merupakan sebuah kalimat ajakan atau dorongan dari penutur ke mitra tutur untuk pergi atau berkunjung ke tempat atau toko biru muda yang disebutkan pada iklan tersebut. Pernyataan lain yang dapat membuat mitra tutur merasa tertarik untuk mengunjungi toko buku Biru Muda adalah kalimat "kami hanya menyediakan yang terbaik", hal ini menjelaskan bahwa buku-buku yang disediakan dalam toko buku tersebut mempunyai kualitas yang baik. Beberapa pernyataan yang dibubuhkan dalam gambar di atas menjadi bentuk ajakan penutur kepada mitra tutur untuk mengunjungi toko buku Biru Muda.

Implikatur pada tuturan "Dapatkan diskon hingga 50%" implikturnya ialah terdapat penawaran diskon yang cukup besar, sehingga pembeli dapat tertarik dan terdorong untuk

memanfaatkan kesempatan tersebut. Supaya memperoleh harga yang lebih rendah dari harga aslinya. Kemudian tuturan "ayo ke biru muda saja" implikaturnya ialah memberikan informasi bahwa biru muda adalah tempat yang menarik untuk dikunjungi.

Analisis ini mempunyai kurang lebih persamaan dan perbedaan dengan analisis yang telah dikerjakan oleh (Winaria, 2019) persamaan kedua analisis ini dapat dilihat dari hasil dan pembahasannya yang mengkaji tentang tindak tutur dan implikatur. Perbedaannya, pada analisis oleh (Winaria, 2019) menggunakan objek penelitian berupa cuitan atau meme di akun Twitter Garis Lucu, sedangkan dalam analisis ini peneliti menggunakan objek penelitian berupa gambar iklan, slogan, dan poster dalam buku Bahasa Indonesia.

3.3. Tindak Tutur Deklaratif



Gambar 6

Pada gambar di atas merupakan data ke-6 dalam objek yang dianalisis. Konteks tuturan dalam gambar tersebut yakni penutur menunjukkan sebuah larangan untuk penumpang dengan keadaan khusus agar tidak berdiri ketika di dalam bus. Hal ini menjadi sebuah perintah bagi penumpang yang kondisinya sehat untuk memberikan tempat duduknya kepada penumpang lain yang lebih membutuhkan, khususnya penumpang prioritas yang telah disebutkan dalam gambar.

Dalam gambar tersebut ditemukan tuturan "Jangan biarkan mereka berdiri, berikan tempat duduk untuk penumpang prioritas seperti ibu hamil, ibu dengan balita, difabel, dan manula". Tuturan tersebut termasuk dalam tuturan ilokusi deklaratif dengan kategori melarang. Pada tuturan "jangan biarkan mereka berdiri" yang disampaikan penutur kepada mitra tutur melalui gambar tersebut menunjukkan larangan bagi penumpang dengan kebutuhan khusus atau penumpang prioritas seperti ibu hamil, ibu dengan balita, difabel, dan manula untuk berdiri di dalam bus. Kata "jangan" merupakan kata yang digunakan untuk menyatakan sebuah larangan agar mitra tutur yang membaca atau melihat gambar tersebut dapat memahami maksud dari penutur terkait dengan larangan penumpang prioritas untuk berdiri dan perintah

bagi penumpang dalam keadaan sehat agar bersedia memberikan kursinya kepada penumpang dengan keadaan yang telah dijelaskan dalam gambar.

Implikatur dalam tuturan "Jangan biarkan mereka berdiri" menunjukkan bentuk rasa empati antara penumpang bus dengan keadaan sehat dan penumpang bus dengan kebutuhan khusus, sehingga penumpang prioritas dilarang untuk berdiri di dalam bus. Kemudian tuturan "Berikan tempat duduk untuk penumpang prioritas, seperti ibu hamil, ibu dengan balita, difabel, dan manula" menunjukkan bahwa penumpang dengan kebutuhan khusus lebih diprioritaskan karena keadaannya yang tidak memungkinkan untuk berdiri. Oleh karena itu, melalui kata "berikan" diharapkan bagi penumpang dengan keadaan sehat agar lebih menanamkan rasa peduli antar sesama dengan cara mengutamakan keadaan orang lain di dalam bus.

Analisis ini memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan analisis yang telah dikerjakan oleh (Risnawati et al., 2022). Persamaan kedua analisis ini dapat ditemukan dari hasil dan pembahasan yang mengkaji mengenai tindak tutur dan implikturnya. Kemudian perbedaannya, pada analisis yang dilakukan oleh (Risnawati et al., 2022) menggunakan objek penelitian berupa gambar meme, sedangkan dalam analisis ini peneliti menggunakan objek penelitian berupa gambar iklan, slogan, dan poster.

Hasil analisis data, hanya ditemukan tiga jenis dari lima jenis tindak tutur ilokusi dalam 12 data gambar iklan, slogan, dan poster, diantaranya yaitu (1) tindak tutur asertif menyatakan dan memberikan informasi; (2) tindak tutur direktif mengajak; dan (3) tindak tutur deklaratif melarang.

Hingga saat ini, sudah ada beberapa penelitian yang relevan di antaranya (Jupri & Jumadil, n.d.) yang menganalisis tindak tutur ilokusi, fungsi, dan implikturnya dalam wacana iklan restaurant di Senggigi. Kemudian (Risnawati et al., 2022) mengkaji tindak tutur ilokusi dan implikatur konvensional dalam wacana meme covid 19. Selain itu, dalam penelitian (Ajis et al., 2021), tindak tutur yang mengandung implikatur dalam drama *Ansangu Shinderera* Byouin Yakuzaishi No Shohousen, serta penelitian dari (Sari, 2021) yang menganalisis tindak tutur dalam iklan "Sari Roti" di Televisi. Hasil penelitian umumnya menemukan jenis tindak tutur, jenis tindak tutur ilokusi dan fungsi pragmatis tindak ilokusi atau implikturnya. Sementara di dalam penelitian ini, selain akan dikaji hal-hal tersebut, akan dikaji juga mengenai kesesuaian penggunaan bahasa dengan konteks yang ada di dalam iklan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Di dalam kajian peneliti yang bersumber pada materi Bahasa Indonesia kelas VIII Kurikulum Merdeka, peneliti telah berhasil menemukan tiga jenis utama tindak tutur ilokusi, yaitu asertif, direktif, dan deklaratif, serta implikatur di dalam iklan, slogan, dan poster. Temuan ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana pesan-pesan komunikasi di dalam materi tersebut yang telah dirancang sedemikian rupa guna memberikan informasi, instruksi, atau menyatakan sebuah fakta. Namun, perlu diingat bahwa tindak tutur ilokusi ekspresif dan komisif tidak dijumpai dalam kajian ini. Hal ini menunjukkan bahwa di dalam upaya mengkomunikasikan informasi dan instruksi kepada siswa, jenis tindak tutur ekspresif dan komisif kurang diberdayakan dalam materi ini. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini memberikan dasar penting untuk pembaruan materi Bahasa Indonesia di jenjang kelas VIII, dengan tujuan memperkaya ragam tindak tutur ilokusi yang diterapkan dalam pengajaran untuk mencapai komunikasi yang lebih komprehensif.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Achsani, F. (2019). Tindak Tutur Direktif dan Implikatur Konvensional dalam Wacana Meme Dilan. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.22236/imajeri.v1i2.5061>
- Ajis, S. A., Sudjianto, & Susanti, H. (2021). Analisis Tindak Tutur yang Mengandung Implikatur dalam Drama Ansangu Shinderera Byouin Yakuzaisi No Shohousen. *Jurnal Unpak*, 3(2), 76–86.
- Akhmad, S. (2019). Teori Tindak Tutur dalam Studi Linguistik Pragmatik. *LITE Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 15(Maret), 1–16.
- Ariyadi, A. D., Hp, M. K., & Utomo, A. P. Y. (2021). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Film Pendek “ Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini The Series Eps 01 ” pada Kanal Youtube Toyota Indonesia. *Sarasvati*, 3(2), 215–227.
- Artati, A., Wardhana, D. E. C., & Basuki, R. (2020). Tindak Tutur Ilokusi Asertif, Direktif, Ekspresif, Komisif, dan Deklaratif pada Program Gelar Wicara Mata Najwa. *Diksa : Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(1), 43–57. <https://doi.org/10.33369/diksa.v6i1.9687>
- Brillyanti, G. W. (2014). Analisis Wacana Iklan Layanan Masyarakat Berbahasa Jawa Kabupaten Kebumen. *Pendidikan Bahasa Dan Sastra Jawa*, 5(2), 1–13. <https://eprints.uny.ac.id/31139/>
- Dwijayanti, T. A., & Mujianto, G. (2021). Tindak Tutur Ilokusi Peserta Didik dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia pada SMPn 1 Pujon. *KREDO : Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 5(1), 62–83. <https://doi.org/10.24176/kredo.v5i1.6208>
- Ibrahim, & Syukur, A. (1993). *Kajian Tindak Tutur*. Usaha Nasional.
- Isnaeni, F., & Utomo, A. P. Y. (2020). Implikatur Percakapan pada Konflik Interpersonal Remaja dalam Film Dilan 1991. *Magistra Andalusia: Jurnal Ilmu Sastra*, 2(2), 44–55.

<http://magistraandalusia.fib.unand.ac.id>

- Jupri, & Jumadil. (n.d.). Tindak Tutur Ilokusi, Fungsi, dan Implikaturinya dalam Wacana Iklan Restaurant di Senggigi. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 185–191.
- Khoirurrohmah, T. (2019). Tindak Tutur Ilokusi dan Implikatur Konvensional dalam Proses Perkuliahan Bahasa Indonesia Jurusan PGSD (Suatu Kajian Pragmatik). *Jurnal Dialektika Jurusan PGSD*, 9(1), 149–158.
- Komariyah, S., Itaristanti, I., & Mulyaningsih, I. (2022). Kajian Tindak Tutur Ilokusi Iklan Produk Kecantikan di Televisi. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, 9(1), 65. <https://doi.org/10.30595/mtf.v9i1.12419>
- Lestari, M., & Yuniawan, T. (2020). Pematuhan dan Pelanggaran Prinsip Kerja Sama dalam Film Preman Pensiun The Movie. *Jurnal Sastra Indonesia*, 9(3), 16–22. <https://doi.org/10.15294/jsi.v10i1.39957>
- Maisyaroh, A., & Utomo, A. P. Y. (2020). Implikatur Bahasa Iklan Rokok “Djarum Coklat” pada Tahun 2010-2020: Sebuah Kajian Pragmatik. *Kadera Bahasa*, 12(2), 77–86.
- Melani, M. V., & Utomo, A. P. Y. (2022). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Akun Baksosapi.gapakemicin dalam Unggahan di Instagram (Suatu Analisis Pragmatik). *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(2), 250–259. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v3i2.3528>
- Moleong, L. . (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muthia, R. (2015). Kajian Pragmatik terhadap Tuturan Penghinaan dan Pencemaran Nama Baik dalam Bahasa Indonesia. *Seminar Nasional Prasasti II*, 329–334.
- Narbuko, Cholid, & Achmadi, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Oktapiantama, H., Fahad, M. F. Al, & Utomo, A. P. Y. (2023). Tindak Tutur Direktif dalam Konten Horor di Kanal Youtube Sara Wijayanto: Diary Mystery Sara (DMS). *Bahtera Indonesia: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(2), 498–515.
- Pratama, R. K., & Utomo, A. P. Y. (2020). Analisis Tindak Tutur Ekspresif dalam Wacana Stand Up Comedy Indonesia Sesi 3 Babe Cabita Di Kompas Tv. *Caraka*, 6(2), 90. <https://doi.org/10.30738/.v6i2.7841>
- Putri, A. D. I., Kusumawati, Y., Firdaus, Z. A., Septriana, H., & Utomo, A. P. Y. (2022). Tindak Tutur Ilokusi dalam Film “Ku Kira Kau Rumah.” *PUSTAKA: Jurnal Bahasa dan Pendidikan*, 2(2), 16–32. <https://doi.org/10.56910/pustaka.v2i2.136>
- Putri, S. F. R., Anggraini, L. W., & Utomo, A. P. Y. (2022). Tindak Tutur Ilokusi Video Ridwan Remin Sindir Gedung DPR Cocok untuk Kos-Kosan. *Prawara: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(1).
- Putriyanto, N. S. (2022). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Asertif dalam Serial Netflix The Silent Sea. *Diploma Thesis Universitas Nasional*.
- Rahmasari, L., & Utomo, A. P. Y. (2021). Analisis Tindak Tutur Ilokusi pada Vlog Jangan Lupa Senyum Part 1 di Kanal Youtube Fiersa Besari. *ESTETIK: Jurnal Bahasa Indonesia*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.29240/estetik.v4i1.1512>
- Risnawati, R., Sugono, D., & Suryana, A. (2022). Analisis Tindak Tutur Ilokusi dan Implikatur Konvensional dalam Wacana tentang Meme Covid 19. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 5(2), 212. <https://doi.org/10.30998/diskursus.v5i2.12369>
- Rustono. (1999). *Pokok-Pokok Pragmatik* (1st ed.). CV IKIP Semarang Press.

- Safitri, R. D., Mulyani, M., & Farikah. (2021). Teori Tindak Tutur dalam Studi Pragmatik. *Kabastra*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.33633/lite.v15i1.2382>
- Sagita, V. R., & Setiawan, T. (2020). Tindak Tutur Ilokusi Ridwan Kamil dalam “Talkshow Insight” di CNN Indonesia. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, Dan Budaya*, 9(2), 187. <https://doi.org/10.26714/lensa.9.2.2019.187-200>
- Salsabila, Q. A., Maulida, T. L., Kharismanti, M. F. M., Yunghuhniana, O. F., & Utomo, A. P. Y. (2023). Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Drama Monolog tentang “Pendidikan” oleh M. Ibnu Yantoni. *Jurnal Pedagogy*, 10(1), 103–111. <http://eprints.uanl.mx/5481/1/1020149995.PDF>
- Saputro, M. E. N. (2013). Tindak Tutur Ilokusi dalam Novel Kemamang Karya Koen Setyawan. *Skripsi*.
- Sari, V. K. (2021). Analisis Tindak Tutur dalam Iklan “Sari Roti” di Televisi. *Universitas PGRI Yogyakarta*. <http://repository.upy.ac.id/id/eprint/3478>
- Sekarsany, A., Darmayanti, N., & Suparman, T. (2020). Tindak Tutur Ilokusi pada Proses Kelahiran dengan Teknik Hipnosis (Hypnobirthing): Suatu Kajian Pragmatik. *Metahumaniora*, 10(1), 14. <https://doi.org/10.24198/mh.v10i1.26607>
- Siddiq, M. (2019). Tindak Tutur dan Pemerolehan Pragmatik pada Anak Usia Dini. *Jurnal Kredo*, 2(2), 268–290.
- Suhartono. (2020). Pragmatik Konteks Indonesia. In M. Fidiyanti (Ed.), *Graniti* (1st ed.). https://repository.usd.ac.id/36035/1/BUKU_AJAR_PRAGMATIK_KONTEKS_luaran_tambahan_pertama.pdf
- Utomo, A. P. Y., Farkhatunnisa, A., & Fitriyani, A. (2023). Tindak Tutur Asertif dan Direktif pada Novel “Tak Putus Dirundung Malang” Karya S. Takdir Alisjahbana. *VOKAL: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(1), 21–32. <https://doi.org/10.33830/vokal.v2i1.3230>
- Widyawati, N., & Utomo, A. P. Y. (2020). Tindak Tutur Ilokusi dalam Video Podcast Deddy Corbuzier Najwa Shihab pada Media Sosial Youtube. *Jurnal Ilmiah Telaah*, 5(2), 18–27.
- Winaria, L. (2019). Analisis Tindak Tutur dalam Akun-Akun Twitter Garis Lucu Sebuah Tinjauan Pragmatik. *Jurnal Bahastra (Bahasa dan Sastra Indonesia)*, 4(1), 100–106.
- Winartha, I. M. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (D. Hardjono (ed.)). ANDI.
- Wulandari, E., & Utomo, A. P. Y. (2021). Analisis Tindak Tutur Representatif dalam Video “Trik Cepet Jawab Soal Matematika Bahasa Inggris Versi Jerome!” pada Saluran Youtube Jerome Polin. *Jurnal Sastra Indonesia*, 10(1), 65–70. <https://doi.org/10.15294/jsi.v10i1.45120>
- Yulianti, Y., & Utomo, A. P. Y. (2020). Analisis Implikatur Percakapan dalam Tuturan Film Laskar Pelangi. *Matapena: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 3(1), 1–14. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/matapena/article/view/693>