

TINDAK TUTUR ILOKUSI PADA IKLAN PINJAMAN ONLINE DI YOUTUBE: PINJAM DI ADAKAMI SYARATNYA RIBET GAK SIH?

Romadoniyati Ruhhaidah Welliansyah¹, Any Budiarti², Marlia³

^{1,2,3}Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Pasundan

¹ruhaidah01@gmail.com, ²anybudi1968@gmsil.com

³marlia@unpas.ac.id

ABSTRACT

The phenomenon of online loan advertising in recent years has become a hot topic of discussion in the community. This cannot be separated from the important role of language as a means of communication. The purpose of this study was to analyze the illocutionary speech acts contained in the online loan advertising video on YouTube entitled "Loans at Adakami are complicated or not?". This study uses qualitative research methods with a descriptive approach. The results of the study found that in the online loan advertising there are 15 words that are illocutionary speech acts, dominated by assertive illocution as much as 9 (60%), expressive illocution as much as 3 (20%), directive illocution as much as 2 (13,33%), and commissive illocution as much as 1 (6,67%). While the directive illocution was not found.

Keywords: Pragmatic, Illocutionary Act, Online Loan Advertisement

ABSTRAK

Fenomena iklan pinjaman *online* beberapa tahun terakhir ini telah menjadi topik perbincangan yang hangat di tengah masyarakat. Hal tersebut tidak terlepas dari peran penting bahasa sebagai alat komunikasinya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tindak tutur ilokusi yang terdapat pada video iklan pinjaman *online* di YouTube yang berjudul "Pinjaman di Adakami Syaratnya Ribet Gak Sih?". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil kajian ditemukan bahwa dalam iklan pinjaman *online* tersebut terdapat 15 tuturan yang merupakan tindak tutur ilokusi, dengan didominasi oleh ilokusi asertif sebanyak 9 (60%), ilokusi ekspresif sebanyak 3 (20%), ilokusi direktif sebanyak 2 (13,33%), dan ilokusi komisif sebanyak 1 (6,67%). Sedangkan ilokusi direktif tidak ditemukan.

Kata Kunci: Pragmatik, Tindak Tutur Ilokusi, Iklan Pinjaman *Online*

A. Pendahuluan

Iklan pinjaman *online* dalam beberapa tahun terakhir ini telah menjadi topik yang hangat di perbincangkan di tengah masyarakat. Salah satunya banyak kasus-kasus penipuan pinjaman *online* yang

terjadi. Fenomena tersebut tentu tidak akan terlepas dari peran penting bahasa, karena bahasa iklan yang cenderung memberikan daya tarik sehingga dapat mempengaruhi masyarakat. Menurut Sudarsih (2022, hlm. 123.) iklan memiliki kaitan yang

erat dengan bahasa karena tingkat keberhasilan iklan tersebut mempengaruhi masyarakat tergantung bahasa yang digunakan sebagai media komunikasinya. Maka hal tersebutlah yang mendorong peneliti untuk mengkaji bahasa pada iklan pinjaman *online* melalui ilmu pragmatik.

Jasa pinjaman *online* yang akan dikaji adalah yang legal atau sudah berizin OJK, yakni AdaKami. Alasan peneliti memilih iklan AdaKami adalah karena iklan tersebut sering kali muncul saat menggunakan media sosial. Peneliti akan memfokuskan kajian pada tindak tutur ilokusi dan maksud tuturannya.

Penelitian terkait tindak tutur ilokusi pada iklan telah banyak dilakukan (Zaty, 2022; Bella, 2022; Muhliso, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Zaty (2022) menunjukkan bahwa dalam iklan *Shopee* terdapat tiga belas fungsi tuturan yang berbeda, yaitu fungsi menginformasikan, mengklaim, melaporkan, menyarankan, meminta, mengajak, menasihati, menjanjikan, menawarkan, dan berterima kasih. Penelitian yang dilakukan oleh Bella (2022) menemukan bahwa pada iklan layanan masyarakat terdapat lima jenis tindak tutur ilokusi yaitu

representatif, tindak tutur komisif, tindak tutur direktif, tindak tutur ekspresif, dan tindak tutur deklaratif. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhliso (2022) mendapati bahwa dalam iklan layanan masyarakat bertema pandemi Covid-19 memiliki sepuluh tuturan yang terbagi menjadi empat jenis tindak tutur ilokusi asertif dan tujuh tindak tutur direktif. Berdasarkan ketiga penelitian yang sudah pernah dilakukan, belum ada yang menyinggung mengenai iklan pinjaman *online*. Dengan demikian, penelitian ini akan difokuskan kepada tindak tutur ilokusi yang terdapat pada video iklan pinjaman *online* "Pinjaman di AdaKami Syaratnya Ribet Gak Sih?" di *YouTube*.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif. Menurut Zakariah, dkk. (2020, hlm. 27) "penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis". Oleh sebab itu peneliti memilih menggunakan metode kualitatif deskriptif karena ingin mendapatkan hasil kajian yang deskriptif mengenai tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam video iklan pinjaman *online* di *YouTube*. Pada

kajian ini data yang didapatkan berupa unduhan video iklan yang dibuat menjadi berbentuk transkrip sehingga menjadi data tertulis. Setelah itu data akan dianalisis menggunakan teori tindak tutur ilokusi oleh Searle sekaligus mendeskripsikan maksud yang terdapat di dalamnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan tentang jenis tindak tutur ilokusi pada iklan pinjaman *online* di *YouTube* yang berjudul "Pinjaman di AdaKami Syaratnya Ribet Gak Sih?" yang diunggah pada tanggal 1 Februari 2021.

Menurut Harahap (2020, hlm. 56) teknik pengumpulan atau pengambilan data kualitatif pada dasarnya bersifat tentatif karena penggunaannya ditentukan oleh konteks permasalahan dan gambaran data yang akan diperoleh. Maka pada penelitian ini Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti memiliki beberapa tahapan, yang pertama adalah mengunjungi situs atau aplikasi *YouTube*, kedua menyimak video, ketiga memilih sampel video, keempat mengunduh video, kelima membuat transkrip tuturan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari video iklan pinjaman online di *YouTube* yang berjudul "Pinjaman di AdaKami Syaratnya Ribet Gak Sih?".

1. Tindak Tutur Asertif

Tindak tutur ilokusi asertif adalah tuturan yang melibatkan kebenaran preposisi yang diekspresikan oleh penuturnya.

Data 1:

Penutur: "Hmm.. dua hari lagi ulang tahun."

Tuturan yang disampaikan oleh wanita pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif menyatakan yang ditunjukkan pada kalimat *dua hari lagi ulang tahun*. Penutur mengungkapkan kalimat tersebut untuk menyatakan bahwa ia akan berulang tahun dalam dua hari lagi.

Data 2:

"Lipstik!"

Tuturan yang disampaikan oleh wanita pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif memberitahukan. Penutur wanita tersebut memberitahukan keinginannya untuk mendapatkan lipstik sebagai hadiah di hari ulang tahun kepada pacarnya.

Data 3:

“Saya gak ada uang sayang, saya baru mengganti *handphone*.”

Tuturan yang disampaikan oleh pria pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif memberitahukan. Penutur memberitahukan kepada pacarnya bahwa ia sudah tidak memiliki uang untuk membeli barang yang diinginkan oleh pacarnya.

Data 4:

“..ini kan lipstik yang Wulan mau”

Tuturan yang disampaikan oleh wanita pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif menyatakan. Penutur menyatakan bahwa lipstik yang ia dapatkan benar-benar sesuai dengan yang ia inginkan.

Data 5:

“Ya bisalah sayang. Kan saya minta bantuan dari AdaKami sayang. AdaKami itu adalah aplikasi pinjaman *online* sayang. Limit pinjaman hingga enam juta. Tenor pinjaman fleksibel dan bunganya sangat rendah. Hanya butuh KTP doang sayang.”

Tuturan yang disampaikan oleh pria pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif memberitahukan. Penutur memberitahukan bahwa ia

mendapatkan bantuan untuk bisa membelikan pacarnya lipstik adalah dengan menggunakan jasa pinjaman *online* AdaKami. Jasa pinjaman *online* tersebut ia pilih karena memiliki banyak keuntungan

Data 6:

“Gak ribet dong! Ini sudah aman aplikasinya dan ini sudah berizin dari OJK sayang. Sudah resmi banget sayang..”

Tuturan yang disampaikan oleh pria pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif menyatakan. Penutur menyatakan bahwa jasa pinjaman online AdaKami sudah aman dan pengajuan peminjamannya pun tidak sulit.

Data 7:

“Warnanya Wulan suka!”

Tuturan yang disampaikan oleh wanita pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif menyatakan. Penutur menyatakan bahwa warna lipstik yang didapatkannya adalah warna kesukaannya.

Data 8:

“Tapi gimana cara mengunduhnya?”

Tuturan yang disampaikan oleh wanita pada bagian ini merupakan

tindak tutur ilokusi asertif menyatakan. Penutur menyatakan kebingungannya dalam mengunduh aplikasi pinjaman *online*.

Data 9:

“Mengunduhnya gampang banget sayang. Tinggal *download* saja di *PlayStore* ataupun di *App Store* sayang.”

Tuturan yang disampaikan oleh pria pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi asertif memberitahukan. Penutur memberitahukan mengenai cara untuk dapat menggunakan jasa pinjaman *online* AdaKami, yakni hanya dengan mengunduhnya saja.

2. Tindak Tutur Direktif

Tuturan direktif merupakan ujaran yang dapat menimbulkan beberapa efek melalui tindakan dari mitra tuturnya.

Data 1:

“Hmm..Wulan mau minta kadolah!”
Tuturan yang disampaikan oleh wanita pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi direktif meminta. Penutur menyebutkan kata “minta” dengan maksud

meminta hadiah untuk ulang tahunnya.

Data 2:

“Lihatlah, dibuka coba!”

Tuturan yang disampaikan oleh pria pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi direktif memerintahkan. Penutur memerintahkan agar pacarnya membuka hadiah pemberian darinya.

3. Tindak Tutur Komisif

Tuturan pada komisif melibatkan penutur pada tindakan di masa yang akan datang.

Data 1:

“Memang kamu pengen kado apa? Apa itu barangnya?”

Tuturan yang disampaikan oleh pria pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi komisif menawarkan. Penutur menawarkan kepada pacarnya mengenai hadiah yang diinginkannya saat ia berulang tahun nanti.

4. Tindak Tutur Ekspresif

Tuturan ekspresif berfungsi untuk mengekspresikan ujaran yang

sesuai dengan keadaan psikologis penuturnya.

Data 1:

"Happy birthday to you.."

Tuturan yang disampaikan oleh pria pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi ekspresif mengucapkan selamat. Penutur mengucapkan selamat ulang tahun pada pacaranya.

Data 2:

"Haaaaa..."

Tuturan yang disampaikan oleh wanita pada bagian ini merupakan tindak tutur ilokusi ekspresif kegembiraan. Penutur mengekspresikan perasaannya yang senang saat ia membuka hadiah pemberian dari pacarnya yang ternyata sesuai dengan keinginannya.

Data 3:

"Makasih.."

Tuturan yang disampaikan oleh wanita pada bagian ini merupakan tindak tutur ekspresif berterima kasih. Penutur mengucapkan terima kasih kepada pacarnya yang sudah memberikan hadiah

yang dia inginkan di hari ulang tahunnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan video iklan pinjaman *online* "Pinjaman di AdaKami Syaratnya Ribet Gak Sih?" yang dikaji terdapat 15 tuturan yang memiliki tindak tutur ilokusi. Dari 15 tuturan tersebut ditemukan ilokusi asertif sebanyak 9 (60%), ilokusi direktif sebanyak 2 (13,33%), ilokusi komisif sebanyak 1 (6,67%), dan ilokusi ekspresif sebanyak 3 (20%). Sedangkan ilokusi deklaratif tidak ditemukan karena terdapat perbedaan konteks. Hal tersebut menunjukkan bahwa bentuk tindak tutur ilokusi yang paling sering muncul atau sering digunakan adalah asertif. Hal tersebut menandakan bahwa pada iklan pinjaman *online* lebih banyak atau lebih sering menggunakan tuturan yang menyampaikan fakta-fakta.

Peneliti berharap dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya, khususnya bagi yang membahas mengenai tindak tutur ilokusi pada video iklan. Adapun masukan bagi peneliti selanjutnya yaitu diharapkan mampu mengkaji video iklan dari tindak tutur lokusi atau

perlokusi tidak hanya menyoroti ilokusi.

DAFTAR PUSTAKA

Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif*.

Izaty, F., Iswatiningsih, D., & Sudjalil, S. (2022). Tuturan Ilokusi pada Iklan Shopee di Youtube Tayangan Desember 2021-Januari 2022. *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, 5(2), 108–118.

Sari, V. K. (2021). ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM IKLAN “SARI ROTI” DI TELEVISI. *Universitas PGRI Yogyakarta*.

Sudarsih, S. (n.d.). Pengaruh Bahasa Iklan Terhadap Perilaku Masyarakat. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 6(1), 119–124.

Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. H. M. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.