

**KAJIAN PRAGMATIK IKLAN BERBAHASA JAWA
PADA RADIO POP FM 97,7 FM TEGAL**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan



oleh
Mira Anjaswati Sholihah
NIM. 08205241034

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA JAWA
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAERAH
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2012

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul *Kajian Pragmatik Iklan Berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal* ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 17 Desember 2012

Yogyakarta, 17 Desember 2012

Pembimbing I,

Pembimbing II,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Siti Mulyani".

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Mulyana".

Dra. Siti Mulyani, M. Hum.

Drs. Mulyana, M. Hum.

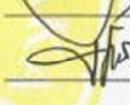
NIP 19620729 198703 2 002

NIP 19661003 199203 1 002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Kajian Pragmatik Iklan Berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 27 Desember 2012 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Drs. Hardiyanto, M. Hum.	Ketua Penguji		16 Januari 2013
Drs. Mulyana, M. Hum.	Sekretaris Penguji		17 Januari 2013
Drs. Sutrisna Wibawa, M. Hum.	Penguji I		17 Januari 2013
Dra. Siti Mulyani, M.Hum.	Penguji II		16 Januari 2013

Yogyakarta, 17 Januari 2013

Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, penulis

Nama : Mira Anjaswati Sholihah

NIM : 08205241034

Program Studi : Pendidikan Bahasa Jawa

Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan penulis sendiri. Sepanjang pengetahuan penulis, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 12 Desember 2012

Penulis,



Mira Anjaswati Sholihah

MOTTO

“Berkemauan keraslah terhadap sesuatu yang mendatangkan manfaat bagi kamu,
mohonlah pertolongan kepada Allah, dan janganlah merasa tidak mampu”

(H.R. Muslim)

“Bersyukur dan bersabar”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ketulusan hati dan penuh rasa syukur, karya tulis ini saya persembahkan untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta atas segala tulusnya pengorbanan, kasih sayang, doa, serta pengharapan yang telah diberikan selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul "Kajian Pragmatik Iklan Berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal". Penulis menyadari bahwa penyusunan karya ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan ucapan terimakasih secara tulus kepada berbagai pihak yang telah membantu.

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M. Pd, MA, selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Zamzani, M. Pd. selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Seni.
3. Bapak Dr. Suwardi M. Hum, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa Daerah.
4. Ibu Dra. Siti Mulyani, M. Hum, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Mulyana, M. Hum, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Prof. Dr. Suwarna, M. Pd. selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing dalam menempuh perkuliahan.
7. Bapak Ibu Dosen Pendidikan Bahasa Daerah yang telah memberikan nasehat, wawasan dan ilmu pengetahuan.
8. Kedua orang tua, keluarga tercinta yang selalu memberikan do'a dan dukungan moril maupun materiil.
9. Intan Kamalasari, Wiwit, Laras, Sato, Naris, Widya, Mbak Isna, Mbak Afta, Para Murabbi, Mbak Lela, Nunu, dan Tim FSLDK DIY, terimakasih untuk doa, inspirasi dan motivasinya.
10. Sahabat-sahabat Pendidikan Bahasa Daerah 2008, terimakasih atas dukungan dan semangatnya.

11. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung berperan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Saran, masukan, dan kritik yang sifatnya membangun dari pembaca sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, bagi penulis sendiri khususnya maupun sebagai masukan dan tambahan wawasan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Desember 2012

Penulis,



Mira Anjaswati Sholihah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6

BAB II KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori	8
1. Pengertian Pragmatik	8
2. Situasi Tutur	9
3. Wujud Tuturan.....	12
4. Tindak Tutur.....	14
5. Persuasi.....	17
6. Iklan.....	23
B. Kerangka Berpikir.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	33
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	33
C. Teknik Pengumpulan Data.....	34
D. Instrumen Penelitian.....	35
E. Teknik Analisis Data.....	36
F. Validitas dan Reliabilitas.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan.....	40
1. Kalimat Berita.....	40
2. Kalimat Tanya.....	56
3. Kalimat Perintah.....	60

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	79
B. Implikasi.....	79
C. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA.....	81
---------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN	83
-------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jenis dan Fungsi Tuturan Persuasif Iklan Berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal.....	37
Tabel 2.	Analisis Data Jenis dan Fungsi Tuturan Persuasif Iklan Berbahasa Jawa Pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Analisis Data Penelitian	82
Lampiran 2. Transkrip Iklan	93

KAJIAN PRAGMATIK IKLAN BERBAHASA JAWA PADA RADIO POP FM 97,7 FM TEGAL

**Oleh Mira Anjaswati Sholihah
NIM 08205241034**

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tuturan persuasif dalam iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal dan untuk mendeskripsikan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian ini difokuskan pada jenis dan fungsi tuturan persuasif yang ditemukan dalam iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik sadap dilanjutkan dengan teknik SBLC, teknik rekam, dan teknik catat. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa tabel analisis data dibantu kartu data. Adapun teknik analisis data yang dilakukan adalah teknik deskriptif melalui (1) klasifikasi jenis tuturan persuasif berdasarkan penanda masing-masing jenis tuturan persuasif (2) klasifikasi fungsi tuturan persuasif berdasarkan diksi atau satuan lingual, maksud tuturan, tujuan tuturan, dan konteks yang melingkupi tuturan tersebut. Validitas yang digunakan adalah validitas semantik. Reliabilitas data dilakukan dengan ketekunan pengamatan, yaitu berupa kegiatan pengamatan secara rinci, berkesinambungan, berulang-ulang terhadap objek yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis tuturan persuasif berbahasa Jawa yang terdapat dalam iklan pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal ditemukan jenis tuturan persuasif yang berupa kalimat berita, kalimat tanya, dan kalimat perintah. Fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio di Tegal yang ditemukan adalah fungsi meyakinkan, mengingatkan, menyuruh, melarang, mengajak, dan menasihati. Fungsi-fungsi tersebut sangat penting karena bahasa iklan audio di Radio memerlukan bahasa yang persuasif untuk bisa meyakinkan pendengar.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan bahasa menjadi salah satu aspek penting bagi keberhasilan iklan. Hakikat dari bahasa iklan adalah mempengaruhi. Bahasa iklan selalu mengolah perasaan atau emosi (psikologis) pada sasaran iklan agar menjadi penasaran, menjadi tumbuh rasa cemburu, selalu memiliki rasa ketinggalan jika tidak memiliki. Oleh karena itu, bahasa iklan harus mampu menjadi manifestasi atau presentasi dari hal yang diinginkan pihak pengiklan kepada masyarakat luas. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi masyarakat agar tertarik dengan sesuatu yang diiklankan.

Dalam penyebarannya, iklan dapat disampaikan dengan menggunakan berbagai macam media, baik media cetak maupun media elektronik. Media cetak dapat berupa majalah, surat kabar, brosur, pamflet, spanduk, dan papan iklan yang dipasang di sepanjang jalan atau di atas gedung. Sementara itu, media elektronik dapat berupa radio, televisi, slide bioskop, dan sebagainya.

Radio merupakan media iklan audio sehingga iklan di radio hanya dapat diekspresikan dengan kata-kata. Oleh karena itu, pihak biro iklan hanya dapat menciptakan kreativitas kemasan iklannya dengan mengoptimalkan penggunaan bahasa sebagai sarana komunikasi iklan. Penggunaan bahasa iklan dapat menggunakan kalimat yang memunculkan persuasif. Pesan sebuah iklan dapat diterima oleh masyarakat dengan baik apabila iklan tersebut benar-benar persuasif, artinya pesan iklan tersebut menarik dan memiliki kesanggupan

menimbulkan sugesti pada penerima pesan iklan sehingga pesan iklan selalu berusaha membujuk, mengajak, atau meyakinkan terhadap suatu produk yang ditawarkan.

Persuasi selalu bertujuan untuk mempengaruhi pikiran orang lain. Persuasi tidak hanya bertujuan untuk sekedar memberikan informasi kepada orang lain. Akan tetapi, dalam komunikasi persuasif seseorang harus mengubah pikiran orang lain untuk mendorongnya bertindak. Persuasi adalah salah satu tujuan dalam suatu tindakan yang dilakukan dengan mengucapkan tuturan. Untuk memahami tuturan, mitra tutur harus memahami maksud penutur menyampaikan tuturan agar mitra tutur dapat melakukan apa yang dikehendaki penutur. Penggunaan bahasa yang bersifat persuasi justru ditekankan untuk mendapatkan dampak nyata (efek perlokusi) dari suatu tuturan yaitu maksud yang diinginkan oleh penutur dapat terlihat dalam suatu tindakan.

Penggunaan bahasa iklan radio pada masing-masing daerah mempunyai kekhasan tersendiri. Salah satunya iklan di radio Pop FM Tegal. Kekhasan bahasa pada dialek Tegal terletak pada intonasi dan penekanan pengucapan kata.

Misalnya pada iklan dialek Tegal berikut ini.

- A : *Kang.., Nyong ra kuat yen kaya kiye terus. Nyong njaluk pegatlah!. Nyong, sampeyan, tugel!*
 ‘Mas.., Saya tidak kuat kalau begini terus. Saya minta cerai!. Saya, Kamu, putus!’
- B : *Darling.., aja kaya kuwe o.. bisane ujug-ujug njaluk pegat?*
 ‘Sayang.., jangan seperti itu.. kenapa tiba-tiba minta cerai?’
- A : *Ah, jarene dhong wis kawinan pan tuku mebel karo springbed sing mbapuke kaya enyong kyeh. Ndi buktine?*
 ‘Ah, katanya kalau sudah nikahan akan membeli mebel dan *springbed* yang mbahenol seperti saya ini. Mana buktinya?’

- B : ***Kalem darling, yuh saiki tak jak maring Toko Surya Mas Mebel!***
 ‘Tenang sayang, yuk sekarang saya ajak ke Toko Surya Mas Mebel!’
- C : Kuntul pergi sekolah, betul tidak salah. Dapatkan produk-produk terbaru dari *Apik Furniture* dari mulai *springbed* untuk dewasa dan anak-anak, meja belajar, peralatan kantor, dan produk-produk lainnya dengan harga promo. Untuk pembelian senilai minimal Rp 750.000,00 gratis *souvenir* jam dinding eksklusif, berlaku sampai dengan 30 April 2012. Model-modelnya terbaru dengan harga terjangkau dengan kualitas terjamin. Beli kontan atau kredit tanpa uang muka dan bunga ringan. Semua bisa didapat hanya di toko Surya Mas Meubel jalan Letjend Suprapto kompleks ruko blok A nomor 3 depan MC lama, Slawi. Toko Surya Mas Meubel menghadirkan yang terbaik untuk interior rumah Anda.

(Pop FM, 03/03/2012/Iklan TSMM/1)

Pada iklan tersebut, tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa dapat dirasakan pada ucapan B bagian akhir. *Kalem darling, yuh saiki tak jak maring toko Surya Mas Meuble!*. Pada ucapan tersebut berusaha mempengaruhi atau membujuk, mengajak supaya jika membeli mebel dan *springbed* datang ke Toko Surya Mas Mebel. Penggunaan kalimat tersebut yang memunculkan persuasif adalah termasuk jenis kalimat suruh atau perintah. Penentuan jenis kalimat pada bahasa lisan didasarkan pada pola intonasi. Pola intonasi kalimat tersebut ditandai oleh pola intonasi perintah ialah 2 3// 2 1↓, selain itu pada kalimat tersebut ditandai juga oleh adanya kata-kata ajakan, ialah kata *yuh* ‘ayo’. Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah mengajak. Penanda mengajak adalah pada kata *yuh* ‘yuk, ayo’.

Radio Pop FM Tegal berfrekuensi 97,7 FM. Siaran radio Pop FM Tegal adalah radio yang sebagian besar menggunakan bahasa Jawa dialek Tegal. Radio Pop FM Tegal menyiarkan iklan berbahasa Jawa dengan intensitas cukup tinggi yaitu dalam jeda acara dapat menyiarkan 2 sampai 3 iklan dialek Tegal.

Tuturan persuasif yang terdapat dalam iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal menarik untuk diteliti. Hal tersebut dikarenakan tuturan yang diucapkan penutur dalam iklan tersebut menunjukkan bagaimana cara pembuat iklan melakukan persuasi dengan menggunakan dialek Tegal. Iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal mempunyai kekhasan bahasa yang mampu mempengaruhi masyarakatnya. Pembuat iklan tentunya memiliki berbagai strategi untuk membuat konsumen tertarik terhadap suatu produk yang diiklankan. Untuk mendapatkan efek perlokusi, bahasa iklan tersebut dituturkan dengan kata atau kalimat yang bersifat persuasi.

Pemakaian bahasa dalam iklan secara tepat akan mempengaruhi besar kecilnya minat konsumen terhadap suatu produk yang diiklankan, di samping kualitas produk itu sendiri. Dengan demikian bahasa yang digunakan dalam iklan harus disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen. Jadi, bahasa iklan memegang peranan sangat vital dalam menyampaikan maksud iklan itu sendiri. Bahasa iklan yang terus menerus didengar akan merasuk dan mengkristal di dalam pikiran dan jiwa masyarakat. Akibatnya, hal yang diiklankan akan secara otomatis dimunculkan tatkala seseorang menghadapi persoalan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut ini.

1. Jenis tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.
2. Fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.
3. Prinsip-prinsip persuasi iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.
4. Teknik-teknik persuasi iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi pada permasalahan yaitu sebagai berikut ini.

1. Jenis tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.
2. Fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Bagaimanakah jenis tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal?

2. Bagaimanakah fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Mendeskripsikan jenis tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.
2. Mendeskripsikan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan yang berhubungan dengan tuturan persuasif iklan radio. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara konkret mengenai jenis dan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.

2. Manfaat Praktis

Iklan kaya akan kreativitas berbahasa, tidak jarang makna yang ingin diungkap dalam iklan tidak dapat langsung dicerna oleh pembaca. Secara tidak langsung, iklan mengajak kita untuk peka dalam menangkap pesan yang terkandung dalam bahasa iklan.

Penulis mengharapkan agar penelitian ini mampu membantu pembaca dalam meningkatkan kemampuan berkomunikasi, khususnya dalam memahami komunikasi persuasif sehingga pembaca mampu meningkatkan kemampuan komunikasi dengan pendengar dalam kehidupan sehari-hari. Kajian kebahasaan dalam iklan ini juga diharapkan dapat memberikan rujukan bagi penulis naskah iklan dan praktisi periklanan dalam menulis iklan.

BAB II **KAJIAN TEORI**

A. Deskripsi Teori

Penelitian berjudul ‘Kajian Pragmatik Iklan Berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal’ merupakan penelitian dalam disiplin ilmu pragmatik. Kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain teori pragmatik, situasi tutur, wujud tuturan, tindak tutur, dan persuasi.

1. Pengertian Pragmatik

Yule (melalui Cahyono, 1995: 213) menyatakan bahwa cabang ilmu bahasa yang mempelajari aspek makna yang dikehendaki penutur disebut pragmatik. Menurut Wijana (1996: 9), pragmatik adalah studi kebahasaan yang terikat konteks. Seirama dengan pendapat tersebut adalah pendapat Leech (dalam Oka, 1993: 15) yang menyatakan bahwa pragmatik sebagai kajian mengenai kondisi-kondisi umum bagi penggunaan bahasa secara komunikatif. Berdasarkan kedua pendapat tersebut dapat diketahui bahwa studi kebahasaan dipengaruhi konteks.

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Tarigan (1990: 32) yang mengungkapkan bahwa pragmatik menelaah ucapan-ucapan khusus dalam situasi-situasi khusus dan terutama sekali memusatkan perhatian pada aneka ragam cara yang merupakan wadah aneka konteks sosial performansi bahasa yang dapat mempengaruhi tafsiran atau interpretasi. Menurut beberapa pendapat tokoh tersebut, pragmatik lebih menekankan pada makna dan situasi ujar. Oleh karena itu, pengertian pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari makna

tuturan penutur pada situasi ujar tertentu. Pragmatik mengkaji tentang makna kalimat yang dituturkan oleh penutur disesuaikan dengan konteks dan situasi.

2. Situasi Tutur

a. Aspek-aspek Situasi Tutur

Leech (dalam Wijana, 1996: 10-13) mengemukakan sejumlah aspek dalam studi pragmatik meliputi sebagai berikut ini.

1) Penutur dan Lawan Tutur

Aspek-aspek yang berkaitan dengan penutur dan lawan tutur ini antara lain usia, latar belakang sosial ekonomi, jenis kelamin, dan tingkat keakraban.

2) Konteks Tuturan

Konteks tuturan penelitian linguistik adalah konteks dalam semua aspek fisik atau setting sosial yang relevan dari tuturan bersangkutan. Dalam pragmatik, konteks berarti semua latar belakang pengetahuan yang dipahami bersama oleh penutur dan lawan tutur.

3) Tujuan Tuturan

Bentuk-bentuk tuturan yang diutarakan oleh penutur dilatarbelakangi oleh maksud dan tujuan tertentu. Dalam hubungan ini, bentuk-bentuk tuturan yang bermacam-macam dapat digunakan untuk menyatakan maksud yang sama, atau sebaliknya. Dalam pragmatik, berbicara merupakan aktivitas yang berorientasi pada tujuan.

4) Tuturan sebagai Bentuk Tindakan dan Aktivitas

Pragmatik menangani bahasa dalam tingkatannya yang lebih konkret, jelas penutur dan lawan tuturnya serta waktu dan tempat pengutaraannya.

5) Tuturan sebagai Produk Tindak Verbal

Tuturan yang digunakan dalam pragmatik merupakan bentuk dari tindak turur. Oleh karena itu, tuturan yang dihasilkan merupakan bentuk dari tindak verbal.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwasannya dalam melakukan ujaran ada beberapa aspek yang harus diperhatikan. Aspek-aspek tersebut akan berpengaruh pada keberterimaan dan keefektifan ujaran yang dilakukan karena tidak dapat dipungkiri bahwa dalam memaknai suatu ujaran tidak bisa mengabaikan faktor-faktor diluar ujaran itu sendiri.

b. Peristiwa Tutur

Peristiwa tutur adalah terjadinya atau berlangsungnya interaksi linguistik dalam satu bentuk ujaran atau lebih yang dua pihak yaitu penutur dan lawan tutur, dengan satu pokok tuturan, di dalam waktu, tempat, dan situasi tertentu (Chaer, 2004: 48). Suatu peristiwa tutur harus memenuhi 8 komponen, yang bila huruf-huruf pertamanya dirangkaikan menjadi akronim SPEAKING (Hymes dalam Chaer, 2004: 48).

a. S (*Setting and Scene*)

Setting berkenaan dengan waktu dan tempat tutur berlangsung, sedangkan *scene* mengacu pada situasi tempat dan waktu, atau situasi psikologis pembicaraan. Waktu, tempat, dan situasi tuturan yang berbeda dapat menyebabkan penggunaan variasi bahasa yang berbeda.

b. P (*Participants*)

Participants adalah pihak-pihak yang terlibat dalam penuturan, bisa pembicara dan pendengar, penyapa dan pesapa, atau pengirim dan penerima.

c. E (*Ends*)

Ends menunjuk pada maksud dan tujuan penuturan.

d. A (*Act sequence*)

Act sequence mengacu pada bentuk ujaran dan isi ujaran. Bentuk ujaran ini berkenaan dengan kata-kata yang digunakan, bagaimana penggunaannya, dan hubungan antara apa yang dikatakan dengan topik pembicaraan.

e. K (*Key*)

Key mengacu pada nada, cara, dan semangat dimana suatu pesan disampaikan dengan senang hati, dengan serius, dengan singkat, dengan sombong, dengan mengejek, dan sebagainya. Hal ini dapat juga ditunjukkan juga dengan gerak tubuh dan isyarat.

f. I (*Instrumentalities*)

Instrumentalities mengacu pada jalur bahasa yang digunakan, seperti jalur lisan, tertulis, melalui telegraf atau telefon. *Instrumentalities* ini juga mengacu pada kode ujaran yang digunakan, seperti bahasa, dialek, ragam, atau register.

g. N (*Norm of Interaction and Interpretation*)

Norm of Interpretation and Interpretation mengacu pada norma atau aturan dalam berinteraksi. Misalnya, yang berhubungan dengan cara berinterupsi, bertanya, dan sebagainya juga mengacu pada norma penafsiran terhadap ujaran dari lawan bicara.

h. G (*Genre*)

Genre mengacu jenis bentuk penyampaian, seperti narasi, puisi, pepatah, doa, dan sebagainya.

3. Wujud Tuturan

Suhardi (2008: 27) menyatakan bahwa tuturan adalah penggunaan kalimat oleh penutur dalam lingkungan pada saat tertentu. Tuturan adalah kalimat yang diujarkan penutur ketika sedang berkomunikasi. Wujud tuturan yaitu bentuk tuturan yang digunakan penutur untuk menyampaikan pesan kepada lawan tutur. Putrayasa (2009: 19) menyatakan bahwa tuturan berdasarkan modus (isi atau amanat) yang disampaikan dibedakan menjadi tiga, yaitu kalimat berita, kalimat tanya dan kalimat perintah.

Suhardi (2008: 81-82) menyatakan bahwa jika di tuliskan, kalimat dimulai dengan huruf kapital dan diakhiri tanda intonasi final yang berupa tanda titik (berita), tanda tanya (pertanyaan), atau tanda seru (seruan), sedangkan jika dilisankan, kalimat dimulai dengan kesenyapan awal dan diakhiri kesenyapan akhir (intonasi final). Oleh karena itu, pada bahasa lisan penentuan jenis kalimat didasarkan pada pola intonasi.

Ramlan (1987: 31) menyatakan bahwa kalimat dibagi menjadi 3 golongan berdasarkan fungsinya dalam hubungan situasi. Tiga golongan tersebut adalah kalimat berita, kalimat tanya, dan kalimat perintah.

a. Kalimat Berita

Berdasarkan fungsinya dalam hubungan situasi, kalimat berita berfungsi untuk memberitahukan sesuatu kepada orang lain sehingga tanggapan yang

diharapkan berupa perhatian seperti tercermin pada pandangan mata yang menunjukkan adanya perhatian.

Kalimat berita memiliki pola intonasi yang disebut pola intonasi berita, yaitu [2] 3 // [2] 3 1↓ dan [2] 3 // [2] 3↓ apabila P-nya terdiri dari kata yang suku kata kedua dari belakangnya bervokal / /, seperti kata keras, cepat, kering, tepung, bekerja. Pola intonasi kalimat berita adalah bernada akhir turun. Angka 1, 2, dan 3 menunjukkan tinggi rendahnya nada atau ton. Angka 1 diartikan sebagai nada rendah, angka 2 diartikan sebagai nada sedang dan angka 3 diartikan sebagai nada tinggi. Tanda // diartikan sebagai tanda pembatas gugus ton.

Kalimat berita tidak terdapat kata-kata tanya seperti *apa, siapa, dimana, mengapa*, kata-kata ajakan seperti *mari, ayo*, kata persilahan *silahkan*, serta kata larangan *jangan*.

Contoh: *Aku arep menyang Semarang.*

[2] 3// [2] 3 1↓
'Aku akan pergi ke Semarang.'

b. Kalimat Tanya

Kalimat tanya berfungsi untuk menanyakan sesuatu. Kalimat ini memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita. Perbedaannya terutama terletak pada nada akhirnya. Pola intonasi kalimat berita bernada turun, sedangkan pola intonasi kalimat tanya bernada naik, di samping nada suku terakhir yang lebih tinggi sedikit dibandingkan dengan nada terakhir pola intonasi kalimat berita. Pola intonasinya ialah [2] 3 // [2] 3 2↑. Angka 1, 2, dan 3 menunjukkan tinggi rendahnya nada atau ton. Angka 1 diartikan sebagai nada

rendah, angka 2 diartikan sebagai nada sedang dan angka 3 diartikan sebagai nada tinggi. Tanda // diartikan sebagai tanda pembatas gugus ton.

Contoh: *Kowe arep tuku apa?*

[2] 3// [2] 3 2↑
 ‘Kamu akan membeli apa?’

c. Kalimat Perintah

Berdasarkan fungsinya dalam hubungan situasi, kalimat suruh mengharapkan tanggapan yang berupa tindakan dari orang yang diajak berbicara. Berdasarkan ciri formalnya, kalimat ini memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Pola intonasinya ialah 2 3// 2 1↓ atau 2 3 2// 2 1↓ jika diikuti partikel *lah* pada P-nya. Kalimat berita memiliki intonasi akhir rendah. Angka 1, 2, dan 3 menunjukkan tinggi rendahnya nada atau ton. Angka 1 diartikan sebagai nada rendah, angka 2 diartikan sebagai nada sedang dan angka 3 diartikan sebagai nada tinggi. Tanda // diartikan sebagai tanda pembatas gugus ton.

Contoh: *Aku tukokna buku!*

2 3// 2 1↓
 ‘Aku belikan buku!’

4. Tindak Tutur

Secara pragmatis ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur, yakni tindak lokusi, tindak ilokusi, dan tindak perllokusi (Nababan, 1987: 18). Tindak tutur adalah tindak komunikasi dengan tujuan

khusus, cara khusus, aturan khusus sesuai dengan kebutuhan, sehingga memenuhi derajat kesopanan maupun basa-basi.

a. Tindak Lokusi

Tindak lokusi adalah tindak turur untuk menyatakan sesuatu (Wijana, 1996: 17). Austin (dalam Cahyono, 1995: 224) menyatakan bahwa tindak lokusi adalah pengujaran kata atau kalimat dengan makna dan acuan tertentu. Tindak lokusi merupakan tindak turur atau pengujaran kata atau kalimat dengan makna dalam mengatakan sesuatu. Konsep lokusi adalah konsep yang berkaitan dengan proposisi kalimat. Kalimat atau tuturan merupakan satu kesatuan yang terdiri dari subjek dan predikat. Tindak lokusi merupakan tindak turur dalam pengidentifikasiannya cenderung dapat dilakukan tanpa menyertakan konteks tuturan yang tercakup dalam situasi turur.

Sebagai contoh, *Aku nembe nggawe kopi* ‘Aku baru membuat kopi’. Dalam tuturan ini, *aku* ‘saya’ bermakna penutur, *nembe* ‘baru’ merupakan keterangan waktu, *nggawe* ‘membuat’ bermakna menciptakan sesuatu, dan *kopi* ‘kopi’ objek yang dikenai perbuatan. Dengan kata lain, penutur tidak mengharapkan mitra turur untuk melakukan sesuatu terhadap tuturannya.

b. Tindak ilokusi

Tindak ilokusi merupakan tuturan untuk melakukan sesuatu atau mengatakan sesuatu berupa pernyataan, tawaran, janji, dan lain-lain. Tindak turur ilokusi merupakan sentral untuk memahami tindak turur. Hal tersebut dikarenakan harus mempertimbangkan siapa penutur dan lawan turur, kapan dan dimana tindak turur tersebut terjadi, dan sebagainya.

Sebagai contoh, *Aku nembe nggawe kopi* ‘Aku baru membuat kopi’.

Dalam tuturan terdapat tujuan yang ingin dilakukan penutur. Dengan mengatakan tuturan tersebut, penutur bermaksud memberikan pernyataan, atau mungkin penutur menawarkan kopi kepada mitra tutur.

c. Tindak perlokusi

Tindak perlokusi merupakan tuturan yang diucapkan penutur yang mempunyai efek bagi pendengarnya. Sebagai contoh, *Aku nembe nggawe kopi*. ‘Aku baru membuat kopi’. Dalam tuturan tersebut, penutur mengharapkan mitra tutur mencicipi kopi yang baru saja dibuat oleh penutur. Tindakan mitra tutur merupakan efek perlokusi yang diterimanya karena mendengar pernyataan penutur.

Searle (dalam Rahardi, 2002: 36) membagi tindak ilokusi menjadi 5 macam bentuk tuturan yang masing-masing memiliki fungsi komunikatif yaitu sebagai berikut ini.

1. Asertif

Asertif yaitu bentuk tutur yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi yang diungkapkan, misalnya menyatakan, membual, melaporkan, mengeluh, dan mengklaim.

2. Komisif

Komisif yaitu bentuk tutur yang berfungsi untuk menyatakan janji atau penawaran, misalnya berjanji, bersumpah, memastikan, dan menawarkan sesuatu.

3. Ekspresif

Ekspresif yaitu bentuk tutur yang berfungsi menyatakan atau menunjukkan sikap psikologis penutur terhadap suatu keadaan, misalnya berterimakasih, memberi selamat, meminta maaf, menyalahkan, memuji, senang, dan puas.

4. Deklaratif

Deklaratif yaitu bentuk tutur yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataannya, misalnya membuktikan, meyakinkan, menegaskan, menunjuk, dan menentukan.

5. Direktif

Direktif yaitu bentuk tutur yang dimaksudkan penuturnya untuk membuat pengaruh agar si mitra tutur melakukan tindakan, misalnya memesan, memerintah, memohon, menasihati, mengajak, menyarankan, mengingatkan, dan melarang. Adapun wujud tindak ujaran ini dapat berupa pertanyaan, permintaan yang sangat lunak, sedikit menyuruh, menyuruh dengan langsung dan kasar. Persuasi juga termasuk dalam tindak tutur direktif sebab persuasi digunakan untuk meyakinkan seseorang untuk melakukan tindakan yang dikehendaki penutur.

5. Persuasi

Berikut ini deskripsi mengenai persuasi meliputi pengertian persuasi, tujuan persuasi, cirri-ciri persuasi, dan fungsi persuasi.

a. Pengertian Persuasi

Keraf (2007: 118) menjelaskan pengertian persuasi dengan jelas, yakni seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu

yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang.

Mereka yang menerima persuasi harus mendapat keyakinan, bahwa keputusan yang diambilnya merupakan keputusan yang benar dan bijaksana serta dilakukan tanpa paksaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi keempat (2008: 1062), pengertian persuasi adalah (1) ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan, prospek baik yang meyakinkannya, bujukan halus, imbauan; (2) karangan yang bertujuan membuktikan pendapat.

Malik (1993: 147) juga memberikan definisi tentang persuasif, ialah pesan yang disampaikan oleh seorang pembicara yang hadir untuk mempengaruhi pilihan khalayak melalui pengondisian, penguatan, dan pengubahan tanggapan (respons) mereka terhadap tanggapan, isu, konsep, atau produk. Jadi, pengertian persuasi adalah suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar melakukan sesuatu atas kehendak sendiri bukan karena paksaan orang lain.

b. Tujuan Persuasi

Tujuan diadakannya komunikasi persuasif adalah untuk membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan, dan mengubah tanggapan (Malik, 1993: 147). Persuasi berpijak pada sebuah pemikiran bahwasannya pikiran manusia dapat diubah. Dengan demikian, persuasi bertujuan untuk mengubah pikiran orang lain agar dapat menerima dan melakukan sesuatu yang kita inginkan. Pendapat ini sesuai dengan Sunarjo (1983: 36) yang menyatakan bahwa tujuan persuasif adalah untuk mendorong komunikasi agar mengubah perilaku, keyakinan dan sikapnya seolah-olah atas kehendak sendiri dan bukan karena paksaan atau dorongan orang lain.

Dalam periklanan, komunikasi persuasif dinilai berhasil apabila mampu menarik konsumen sebanyak mungkin dengan sukarela tanpa ada suatu paksaan. Persuasi tidak hanya bertujuan untuk sekedar memberikan informasi kepada orang lain. Lebih dari itu, dalam komunikasi persuasif seseorang harus mengubah pikiran banyak orang untuk mendorongnya bertindak. Komunikasi ini dianggap berhasil jika seseorang mampu luluh dan mengikuti ajaran pembujuk.

c. Ciri-ciri Persuasi

Keraf (2007: 119) mengemukakan ciri-ciri persuasi adalah berikut ini.

- 1) Persuasi bertolak dari pendirian bahwa pikiran manusia dapat diubah.
- 2) Persuasi selalu bertujuan untuk mengubah pikiran orang lain, ia berusaha agar orang lain dapat menerima dan melakukan sesuatu yang kita inginkan.
- 3) Persuasi selalu berusaha agar orang lain dapat menerima dan melakukan sesuatu yang kita inginkan.
- 4) Perlu diciptakan suatu dasar yaitu dasar kepercayaan, karena persuasi adalah suatu usaha untuk menciptakan kesesuaian atau kesepakatan melalui kepercayaan.
- 5) Harus ada fakta dan bukti-bukti yang kuat.

Untuk meyakinkan mitra tutur, penutur membutuhkan alasan untuk membuat mitra tutur terpengaruh akan ucapannya. Alasan dapat meningkatkan efektivitas keberhasilan tuturan persuasif. Dengan demikian, persuasi akan berhasil apabila penutur mengemukakan alasan di dalamnya.

d. Fungsi Persuasi

Arifin (1998: 54) mengatakan bahwa kekhasan yang terdapat dalam bahasa pengaruhan atau berfungsi persuasif khususnya pemakaian bahasa dalam iklan adalah sebagai berikut ini.

1) Meyakinkan

Untuk meyakinkan hadirin mengenai apa yang dipersuasikan, pembicara atau penulis harus menimbulkan kepercayaan kepada para hadirin atau pembaca. Persuasi selalu bertujuan untuk mengubah pikiran orang lain, berusaha agar orang lain dapat menerima dan melakukan apa yang kita inginkan, perlu diciptakan suatu dasar, yaitu dasar kepercayaan. Orang yang menerima persuasi akan turut puas dan gembira, karena tidak merasa bahwa ia menerima keputusan itu berdasarkan ancaman.

Contoh: *Toko Bata kuwi toko sepatu lan sandhal sing terkenal wiwit jaman kuna, modhele anyar, awet, kualitase **mesthi** nomer siji.*

‘Toko Bata itu toko sepatu dan sandal yang terkenal dari jaman dahulu, modelnya terbaru, awet, kualitasnya pasti nomor satu’.

Contoh kalimat di atas menunjukkan bahwa kalimat tersebut berusaha meyakinkan sasaran bahwa jika membeli sepatu dan sandal datang saja ke Toko Bata dengan produk-produknya yang terbaru, memberi jaminan kualitas nomor satu. Kata *mesthi* ‘pasti’ menjadi penanda kalimat persuasif yang berfungsi meyakinkan.

2) Mengingatkan

Mengingatkan sasaran tentang suatu peristiwa yang memerlukan pemakaian barang yang diiklankan. Misalnya penggunaan ungkapan *jangan lupa*, *jangan salah pilih*.

Contoh: *Aja nganti kleru, Minyak Kayu Putih Cap Scorpio, hebat tenan khasiate*.
 ‘Jangan sampai salah, Minyak Kayu Putih Cap Scorpio, hebat sekali khasiatnya’.

Pada kalimat diatas, kalimat persuasif tersebut berfungsi mengingatkan sasaran iklan bahwa jangan sampai salah pilih, mengingatkan pembeli untuk menggunakan produk Minyak Kayu Putih Cap Scorpio. Kalimat persuasif tersebut berfungsi mengingatkan dengan penanda kata *aja nganti kleru* ‘jangan sampai salah.

3) Menyuruh

Penanda yang digunakan untuk dalam konsep suruhan atau perintah adalah akhiran –kan, akhiran –lah, akhiran –i, dan intonasi perintah.

Contoh: *Wis gek ndang, tukokna Minyak Telon Cap Scorpio. Pilihan paling apik kanggo permata hati!*
 ‘Sudah tidak usah lama-lama, belikan Minyak Telon Cap. Pilihan terbaik untuk permata hati!

Tuturan di atas digunakan penutur untuk menyuruh mitra tutur agar segera membeli Minyak telon Cap scorpio. Fungsi menyuruh pada kalimat tersebut ditandai dengan akhiran –kan pada kata *tukokna* ‘belikan’.

4) Melarang

Iklan jenis ini melarang sesuatu di luar yang dikehendaki oleh produsen. Kaidah ini mengandung gesaan, yakni si sasaran tidak berbuat sesuatu dalam waktu yang segera. Penanda larangan dapat diwakili dengan penggunaan kata *jangan*.

Contoh: *Aja percaya liyane, sadurunge nyoba Pupuk SP-Multidayu*.

‘Jangan percaya yang lain, sebelum mencoba Pupuk SP-Multidayu’

Contoh tuturan di atas adalah contoh kalimat persuasif yang berfungsi melarang. Kata *aja percaya liyane* ‘jangan percaya yang lain’ menandai fungsi melarang pada kalimat ini.

5) Mengajak

Iklan berfungsi mengajak yakni produsen mengajak konsumen ke tujuan yang diinginkan. Iklan jenis ini menggunakan kaidah suruhan atau perintah, tetapi agak halus. Penggunaan kata *mari* dapat mewakili penanda ajakan.

Contoh: *Mangga teka neng konveksi Batik Srikandi*.

‘Silakan, mari datang ke konveksi Batik Srikandi’.

Contoh tuturan di atas menunjukkan bahwa kalimat tersebut mengajak mitra tutur dengan penanda pada kata *mangga* ‘silakan’. Kata *mangga* ‘silakan’ adalah kata yang digunakan untuk menyuruh secara halus.

6) Menasihati

Iklan berfungsi menasehati yakni iklan ini menasihati konsumen untuk berbuat seperti yang diinginkan produsen. Penanda fungsi iklan ini adalah penggunaan kata *bila*.

Contoh: *Mulane nek tuku gaman ki milih sing tenan, tukune yo neng Cangkul Pak Sungkawa.*

'Makanya kalau membeli alat-alat untuk bekerja pilih yang benar, beli di Cangkul Pak Sungkawa'.

Contoh tuturan di atas menunjukkan bahwa kalimat tersebut menasihati mitra tutur bahwa jika membeli alat-alat untuk bekerja, maka penutur menasihati untuk membeli di Cangkul Pak Sungkawa.

6. Iklan

Berikut ini deskripsi mengenai iklan meliputi pengertian iklan, jenis-jenis iklan, tujuan iklan, dan iklan di radio.

a. Pengertian Iklan

Iklan adalah sarana yang digunakan oleh para produsen dalam mendistribusikan produk barang maupun jasa (Mulyawan, 2010: 8). Wright (dalam Mulyana, 2005: 63-64) mengemukakan bahwa iklan merupakan proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran, membantu layanan, serta gagasan dan ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang bersifat persuasif.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat (2008: 521) pengertian iklan adalah (1) berita pesanan untuk mendorong, membujuk

khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan; (2) pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum.

Berdasarkan definisi dan pendapat-pendapat di atas, maka iklan dapat dirumuskan sebagai berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan dan disampaikan menggunakan berbagai macam media, baik media cetak maupun media elektronik.

b. Jenis-jenis Iklan

Arifin (1992: 15-27) membagi jenis iklan yang didasarkan pada media yang menjadi sarananya, ukuran iklan, dan jenis barang atau jasa yang ditawarkan. Berikut ini paparan mengenai jenis-jenis iklan tersebut.

1) Iklan menurut Media Sarananya

a) Iklan Surat Kabar

Iklan ini merupakan sarana komunikasi dagang yang dianggap paling efektif karena sirkulasi peredarannya dapat menjangkau khalayak perkotaan dan pedesaan sekaligus. Berbagai ukuran iklan dapat ditampung media cetak ini sesuai dengan kemampuan keuangan pemasang iklan.

b) Iklan Majalah

Dengan iklan majalah, pemasang iklan berharap dapat menjangkau khalayak luas. Luas persebaran majalah biasanya mencapai seluruh wilayah dalam suatu negara.

c) Iklan Radio dan Televisi

Iklan radio dan televisi yang disiarkan pada program khusus, menjangkau khalayak pendengar dimana-mana (terutama iklan radio).

d) Iklan Berupa Surat Langsung

Pemasang iklan mengirimkan pesan langsung yang ditujukan ke alamat-alamat tertentu. Pesan itu dapat berbentuk surat, *folder*, brosur, *booklet*, kartu pos, katalog, atau selebaran.

e) Iklan Poster dan Papan Reklame

Iklan ini biasanya disajikan dalam bentuk tulisan dan gambar yang menarik, dalam berbagai ukuran, dan dipasang di tempat-tempat yang cukup strategis sehingga dapat dipandang dari segala arah. Pesan yang disampaikan dalam poster atau papan reklame biasanya berbentuk singkat supaya dapat dilihat dan dibaca dalam sekilas pandang.

f) Iklan Transit

Termasuk ke dalam iklan ini adalah iklan yang dipasang pada mobil dan poster di stasiun atau terminal pemberangkatan kendaraan umum. Iklan transit, seperti iklan poster, memberikan penawaran kepada pengendara mobil dan orang yang lewat dengan pesan singkat yang dapat dilihat dan dibaca sekilas pandang.

g) Iklan dalam Bentuk Pameran

Iklan ini tidak berwujud kata-kata atau gambar, tetapi dalam bentuk pameran, peragaan, dan upaya promosi lainnya, yang semuanya bertujuan sama, yakni memikat khalayak untuk membeli atau menggunakan produk yang

ditawarkannya. Iklan jenis ini kerap kali disajikan dalam bentuk kalender menarik yang mencantumkan nama produk dan perusahaannya.

2) Iklan menurut Ukuran

a) Iklan Kecil atau Iklan Mini

Penyajian iklan mini hampir selalu seragam dan ringkas, kadang-kadang banyak menggunakan singkatan. Contoh iklan kecil yaitu iklan yang berupa penawaran, menawarkan barang dan jasa dan iklan yang berupa permintaan, meminta pembaca untuk menjual barangnya kepada pemasang iklan.

b) Iklan Reklame

Iklan ini ditujukan kepada masyarakat pembeli yang potensial, para pemakai jasa, dan pengikut ide atau gagasan yang diutarakan dalam iklan.

3) Iklan menurut Barang atau Jasa yang ditawarkan

a) Iklan Kebutuhan Pokok

Iklan ini menampilkan barang kebutuhan sehari-hari yang diperlukan dalam kehidupan khalayak, seperti pangan, sandang, alat rumah tangga, perumahan, dan sarana kesehatan termasuk kosmetika, sarana olahraga dan kebugaran.

b) Iklan Kebutuhan Sekunder

Iklan ini menawarkan produk-produk yang merupakan kebutuhan pelengkap dalam kehidupan khalayak. Misalnya kendaraan bermotor dengan segala yang berkaitan dengannya, aksesoris pakaian dan rumah, dan barang-barang elektronika, baik yang termasuk dalam kategori mewah maupun tidak.

c) Iklan Kebutuhan Perkantoran

Iklan ini menawarkan barang-barang yang diperlukan dalam kegiatan perkantoran, seperti alat tulis, faksimil, fotokopi, dan alat percetakan.

d) Iklan Promosi Hiburan

Jenis ini merupakan kelompok iklan yang menawarkan berbagai fasilitas hiburan dan pariwisata yang tersedia bagi khalayak. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah iklan yang menawarkan sarana berupa kamera, buku, majalah, hotel, kesenian, dan angkutan.

e) Iklan Promosi Pendidikan

Iklan ini menawarkan berbagai fasilitas pendidikan, baik formal maupun nonformal. Di samping itu, kelompok ini pun menawarkan barang-barang elektronik yang berhubungan dengan pendidikan, seperti komputer.

f) Iklan Perekonomian

Kelompok iklan ini menawarkan fasilitas perbankan, pertokoan, dan perindustrian.

g) Iklan Jasa

Termasuk kelompok ini adalah iklan yang memberikan informasi tentang tersedianya jasa tertentu, lowongan kerja, dan keamanan.

c. Tujuan Iklan

Tujuan periklanan dikemukakan oleh Shuter (dalam Arifin 1992: 8) bahwa iklan disusun untuk (1) merangsang minat pembaca (2) menimbulkan hasrat akan hasil produksi, (3) meyakinkan pembaca bahwa hasil produksi atau pelayanan itu

adalah yang terbaik, (4) mendorong pembaca untuk bertindak. Pembaca disamakan dengan mitra tutur, lawan bicara, pasangan bicara, pendengar.

Swastha (1984: 246-249) membagi fungsi iklan menjadi 5 macam yaitu sebagai berikut ini.

1. Memberikan informasi

Iklan dapat menambah nilai pada suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Iklan dapat memberikan informasi lebih banyak tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan bagi konsumen.

2. Membujuk atau mempengaruhi

Iklan bersifat membujuk terutama ditujukan kepada pembeli-pembeli potensial, dengan menyatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik daripada produk yang lain. Dalam hal ini, iklan yang sifatnya membujuk tersebut lebih baik dipasang pada media-media seperti televisi, radio, majalah.

3. Menciptakan kesan (image)

Dalam sebuah iklan, orang akan mempunyai suatu kesan tertentu tentang apa yang diiklankan. Dalam hal ini pemasang iklan selalu berusaha untuk menciptakan iklan yang sebaik-baiknya, misalnya dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk dan layout yang menarik.

4. Memuaskan keinginan

Iklan merupakan suatu alat yang dapat dipakai untuk mencapai tujuan, dan tujuan berupa pertukaran yang saling memuaskan. Periklanan merupakan salah satu alat komunikasi yang sangat efisien bagi para penjual. Mereka

harus menggunakannya untuk melayani orang lain, masyarakat dan mereka sendiri.

5. Periklanan merupakan alat komunikasi

Iklan merupakan alat untuk membuka komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dalam cara yang efisien dan efektif. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

Informasi atau pesan-pesan iklan dapat diterima atau ditanggapi oleh masyarakat dengan baik apabila disajikan secara persuasif dan komunikatif. Artinya, iklan harus menarik dan mudah dimengerti atau dipahami oleh masyarakat.

d. Iklan di Radio

Dalam iklan, penggunaan bahasa menjadi salah satu aspek penting bagi keberhasilan iklan. Oleh karena itu bahasa iklan harus mampu menjadi manifestasi atau presentasi dari hal yang diinginkan pihak pengiklan kepada masyarakat luas. Karakteristik radio yang auditif menjadikan pemakaian bahasa sangat penting. Oleh karena itu, iklan harus dikemas kreatif dengan mengoptimalkan penggunaan bahasa sebagai sarana komunikasi iklan.

Iklan di radio biasanya diputar setiap jeda acara. Iklan memberi hiburan tersendiri bagi pendengarnya dengan kemasan yang unik dan mudah diingat baik dari ilustrasi musik maupun bahasa yang digunakan. Dengan demikian bahasa iklan di radio harus dapat menarik konsumen supaya orang yang mendengar dapat tertarik pada produk yang ditawarkan.

Berikut ini karakteristik bahasa iklan radio dikemukakan oleh Kriyantono (2008: 208-209).

- 1) Menciptakan kata-kata khas di awal iklan untuk mendapatkan perhatian pendengar.
- 2) Bahasanya sederhana, ringkas, menarik dan mudah dipahami.
- 3) Bergaya percakapan, bahasa lisan untuk didengar.
- 4) Memadukan tiga unsur pokok siaran radio, yaitu kata-kata (dialog), musik dan efek suara. Untuk lebih menarik, unsur musik dan efek suara memainkan peran penting.
- 5) Sering terjadi perulangan (meski dengan kalimat berbeda), informasi di awal dan di akhir tujuannya agar pendengar lebih jelas akan materi iklan.

B. Kerangka Berpikir

Bertitik tolak pada rumusan masalah yaitu tentang bagaimanakah jenis dan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan jenis dan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal. Mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka pembahasan dalam penelitian ini adalah tentang jenis dan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal.

Pragmatik menjadi landasan bagi peneliti untuk menemukan tuturan persuasif. Pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari makna tuturan penutur pada situasi ujar tertentu. Jenis tindak tutur antara lain (1) tindak lokusi adalah tindak tutur atau pengujaran kata atau kalimat dengan makna dalam

mengatakan sesuatu, (2) tindak ilokusi adalah tuturan untuk melakukan sesuatu atau mengatakan sesuatu berupa pernyataan, tawaran, janji, dan lain-lain, dan (3) tindak perlokusi adalah tuturan yang diucapkan penutur yang mempunyai efek bagi pendengarnya. Tindak turut ilokusi dibagi menjadi 5 bentuk tuturan yang masing-masing mempunyai fungsi komunitatif yaitu asertif, komisif, ekspresif, deklaratif, dan direktif.

Persuasi termasuk dalam tindak turut direktif. Persuasi digunakan untuk meyakinkan seseorang untuk melakukan tindakan yang dikehendaki penutur. Bahasa yang digunakan dalam iklan adalah bahasa yang persuasif. Untuk mendapatkan efek perlokusi, bahasa iklan dituturkan dengan kata atau kalimat yang berfungsi direktif-persuasif.

Iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal menjadi sumber data dalam penelitian ini. Menurut Kriyantono (2008: 208-209), karakteristik bahasa iklan yaitu (1) menciptakan kata-kata khas di awal iklan untuk mendapatkan perhatian pendengar; (2) Bahasanya sederhana, ringkas, menarik dan mudah dipahami; (3) Bergaya percakapan, bahasa lisan untuk didengar. Memadukan tiga unsur pokok siaran radio, yaitu kata-kata (dialog), musik dan efek suara; (4) Untuk lebih menarik, unsur musik dan efek suara memainkan peran penting; (5) Sering terjadi perulangan (meski dengan kalimat berbeda), informasi di awal dan di akhir tujuannya agar pendengar lebih jelas akan materi iklan. Pengoptimalan penggunaan bahasa iklan di radio menjadi sangat penting karena iklan di radio hanya dapat diekspresikan dengan kata-kata.

Penelitian mengambil iklan persuasif berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal dengan menganalisa jenis dan fungsi tuturan persuasif yang terdapat pada iklan tersebut. Penentuan jenis tuturan persuasif diperoleh dengan mempersepsi tuturan tersebut sesuai dengan penanda dari masing-masing jenis tuturan persuasif. Kemudian jenis tuturan persuasif tersebut dimaknai sesuai konteks untuk menentukan fungsi tuturan persuasif sesuai dengan penanda masing-masing fungsi tuturan persuasif.

Jenis tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita, kalimat tanya, dan kalimat perintah. Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah meyakinkan, mengingatkan, menyuruh, melarang, mengajak, dan menasihati. Jenis dan fungsi tuturan tersebut diperoleh berdasarkan penanda pada masing-masing jenis dan fungsi tuturan persuasif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu mendeskripsikan hasil penelitian yang telah dilakukan. Sudaryanto (1988: 62) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan hanya berdasarkan fakta yang ada atau fenomena yang memang secara empiris hidup pada penuturnya, sehingga yang dihasilkan berupa variasi bahasa yang biasa dikatakan sifatnya seperti potret, paparan seperti adanya.

Data yang dideskripsikan yaitu data yang dipaparkan berupa uraian naratif yang diperoleh berdasarkan situasi yang diteliti, dalam hal ini berkaitan dengan jenis tuturan persuasif dan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM di Tegal. Siaran radio Pop FM Tegal adalah radio yang sebagian besar menggunakan bahasa Jawa dialek Tegal. Radio Pop FM 97,7 FM Tegal menyiarkan iklan berbahasa Jawa dengan intensitas cukup tinggi yaitu dalam jeda acara dapat menyiarkan 2 sampai 3 iklan dialek Tegal. Pada penelitian ini, tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa di Radio Pop FM 97,7 FM Tegal menjadi objek penelitian untuk menemukan keabsahan data yaitu jenis tuturan persuasif dan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 Tegal.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah metode simak dengan beberapa teknik. Metode simak yaitu menyimak penggunaan bahasa (Sudaryanto, 1993: 133). Metode simak dilakukan dengan cara menyimak jenis dan fungsi tuturan pada iklan berbahasa Jawa yang ada di radio Pop FM 97,7 FM Tegal untuk kemudian dilakukan beberapa teknik.

Beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik dasar dalam hal ini adalah teknik sadap. Teknik Sadap yaitu peneliti menyadap pembicaraan yaitu penggunaan bahasa Jawa oleh penutur iklan di radio. Kemudian dilakukan teknik lanjutan yaitu teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC) dimana peneliti tidak ikut serta dalam proses pembicaraan, peneliti hanya memperhatikan apa yang dikatakan oleh penutur iklan di radio.

Teknik selanjutnya adalah teknik rekam. Teknik rekam dilakukan secara bersamaan dengan teknik simak, sadap maupun teknik SBLC. Ketika peneliti menyimak pembicaraan penutur iklan di radio saat itu juga dapat dilakukan teknik rekam dengan menggunakan alat perekam berupa HP yang dilengkapi fitur perekam. Hasil rekaman tersebut dipersepsi untuk mendapatkan jenis tuturan persuasif sesuai dengan penanda pada masing-masing jenis tuturan kemudian dimaknai sesuai konteks untuk mempersepsi fungsi tuturan persuasif sesuai dengan penanda dari masing-masing fungsi persuasif. Selanjutnya dilakukan teknik catat. Data yang berupa rekaman ditranskripsi ke dalam bentuk data tertulis. Hasil observasi tersebut kemudian dicatat dalam kartu data untuk kemudian dianalisis.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel analisis data.

Tabel analisis data digunakan untuk menganalisa data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam pengumpulan data, digunakan alat bantu berupa kartu data. Kartu data digunakan untuk mencatat data penelitian yang diperoleh.

Format Tabel Analisis:

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
1.	Seorang istri yang menuntut, meminta kepada suami dibelikan <i>meuble</i> dan kursi karena sang suami pernah berjanji mau membelikan <i>meuble</i> dan kursi setelah menikah, kemudian sang suami mengajak ke Toko Surya Mas Meuble.	<i>Kalem darling, yuh saiki tak jak maring Toko Surya Mas Meubel!</i>			✓	Mengajak	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Mengajak → <i>yuh</i> ‘ayo’

Format Kartu Data:

Pop FM, 03/03/2012, Iklan Toko Surya Mas Mebel
No. : 1
Konteks : Seorang istri yang meminta kepada suami dibelikan mebel. Kemudian suami mengajak ke Toko Surya Mas Mebel.
Tuturan : Kalem darling, yuh saiki tak jak maring Toko Surya Mas 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// Mebel! 2 1↓
Jenis : Perintah
Penanda Jenis : Pola intonasi kalimat perintah 2 3// 2 1#, kata ajakan <i>yuh</i>
Fungsi : Mengajak
Penanda Fungsi : Kata <i>yuh</i>

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan identifikasi data dan klasifikasi data untuk menemukan dan mendeskripsikan data.

Langkah-langkah analisis data dalam penelitian adalah sebagai berikut.

1. Pengklasifikasian data-data yang telah diperoleh dari teknik rekam dan teknik catat yang berkaitan dengan fokus penelitian.
2. Data yang telah dikumpulkan diidentifikasi dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan fungsi tuturan persuasif yang didasarkan pada masing-masing penanda pada kajian teori yang ada dan dimaknai sesuai konteks tuturan.
3. Langkah terakhir dalam analisis data adalah pembuatan kesimpulan dari semua pembahasan yang dilakukan terkait dengan bahasa persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio di Tegal.

F. Validitas dan Reliabilitas

Kevalidan data dalam penelitian ini diperoleh dengan validitas semantik. Validitas semantik adalah pemahaman data sesuai dengan konteks, yaitu data-data ujaran dalam iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal dimaknai sesuai konteks. Reliabilitas data dilakukan dengan ketekunan pengamatan, yaitu berupa kegiatan pengamatan secara rinci, berkesinambungan, berulang-ulang terhadap objek yang diteliti. Kemudian data dianalisis sesuai dengan fokus permasalahan dalam penelitian dan konsultasi dengan ahli yaitu dengan dosen pembimbing.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini mendeskripsikan tentang tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal. Berdasarkan data-data yang diperoleh, diketahui bahwa tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal dapat dibedakan ke dalam beberapa jenis dan fungsi. Hasil penelitian terhadap tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Jenis dan Fungsi Tuturan Persuasif iklan Berbahasa Jawa pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal

No.	Jenis Tuturan Persuasif	Fungsi Tuturan Persuasif	Indikator
1	2	3	4
1.	Berita	Meyakinkan	<i>Toko mebel sing wis jelas terkenal maring endi-endi ya Toko Mebel Berkah Jaya, laka liyane.</i> (Iklan TMBJ/24) Berita : intonasi [2] 3// [2] 1↓ Meyakinkan : satuan lingual <i>terkenal, laka liyane</i>
		Menyuruh	<i>Sampeyan gari teka bae neng Toko Al-Fauz sing alamate neng Banjaran ana tugu teh botol ngetan, antarane 1 km lah, luwih tepate sebelah wetan UD Jati Nilna Fauz.</i> (Iklan TAF/10) Berita : [2] 3// [2] 3 1↓ Menyuruh : satuan lingual <i>gari teka bae</i>
		Menasihati	<i>Mulane sampeyan ning Prinko Feri 19 Jatibarang, bakal saporete.</i> (Iklan PF19J/22) Berita : [2] 3// [2] 3 1↓ Menasihati : satuan lingual <i>mulane</i>

Tabel Lanjutan

1	2	3	4
2.	Tanya	Menyakinkan	<i>Pantesan rasane jos nemen ya Wa?</i> (Iklan PBSB/3a) Tanya : intonasi [2] 3// [2] 3 2↑ Menyakinkan : satuan lingual <i>pantesan</i>
		Mengingatkan	<i>Eh.., mesthi dudu ning Sultan Agung kyeh mulane ora hebat sih, iya oya Pak?</i> (Iklan TSA/17) Tanya : intonasi [2] 3// [2] 3 2↑ Mengingatkan : satuan lingual <i>mesthi dudu</i>
	Perintah	Meyakinkan	<i>Obat kuat Chelsea, nggawe aku kuat lan tahan lama pokoke jos!</i> (Iklan OKC/24) Perintah : intonasi 2 3// 2 1↓ Meyakinkan : satuan lingual <i>pokoke</i>
		Menyuruh	<i>Teka bae neng Prinko Feri 17 Balamoa, wis sampeyan mesthi dibantu modhal!</i> (Iklan PF17 B/14) Perintah : intonasi 2 3// 2 1↓ Menyuruh : satuan lingual <i>teka bae</i>
		Melarang	<i>Aja udud bae sih Pak!</i> (Iklan LMDKKT/35) Perintah : intonasi 2 3// 2 1↓ Melarang : satuan lingual <i>aja</i>
	Mengajak		<i>Yuh ning KSP Bina Raharja Tegal, dijamin syarat mudah prosese cepet!</i> (Iklan KSPBR/2) Perintah : intonasi 2 3// 2 1↓ Mengajak : satuan lingual <i>yuh</i>
		Menasihati	<i>Pokoke angger pengin penampilan keren, mana bae jeng!</i> (Iklan TBZ/19) Perintah : intonasi 2 3// 2 1↓ Menasihati : satuan lingual <i>pokoke angger</i>

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jenis tuturan berdasarkan fungsinya dalam hubungan situasi dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu jenis tuturan berupa kalimat tanya, kalimat berita, dan kalimat perintah. Pada tabel di atas juga ditemukan fungsi dari masing-masing jenis tuturan. Hasil penelitian

ditemukan jenis tuturan berupa kalimat berita yang berfungsi meyakinkan, kalimat berita yang berfungsi menyuruh, kalimat berita yang berfungsi menasihati. Pada jenis tuturan yang berupa kalimat tanya ditemukan kalimat tanya yang berfungsi meyakinkan dan kalimat tanya yang berfungsi mengingatkan. Pada jenis tuturan yang berupa kalimat perintah ditemukan kalimat perintah yang berfungsi meyakinkan, kalimat perintah yang berfungsi menyuruh, kalimat perintah yang berfungsi melarang, kalimat perintah yang berfungsi mengajak, dan kalimat perintah yang berfungsi menasihati.

B. Pembahasan Jenis dan Fungsi Tuturan Persuasif

Dari hasil penelitian yang diperoleh akan dibahas mengenai jenis dan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal. Jenis tuturan persuasif yang ditemukan dalam penelitian ini ada tiga macam yaitu jenis tuturan yang berupa kalimat berita, kalimat tanya, dan kalimat perintah. Fungsi tuturan persuasif yang ditemukan adalah tuturan iklan persuasif yang berfungsi meyakinkan, mengingatkan, menyuruh, melarang, mengajak, dan menasihati. Berikut ini penyajian dan pembahasan data-data berdasarkan jenis dan fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal.

1. Kalimat Berita

Kalimat berita yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kalimat berita yang berfungsi meyakinkan, kalimat berita yang berfungsi menyuruh, dan kalimat berita yang berfungsi menasihati.

a. Kalimat Berita yang Berfungsi Meyakinkan

Konteks : Istri yang bingung memilih toko mebel. Kemudian suami meyakinkan bahwa toko mebel yang sudah terkenal dimana-dimana adalah Toko Mebel Berkah Jaya, tidak ada yang lain.

Tuturan

(1) A : *Toko mebel sing wis jelas terkenal maring endi-endi ya Toko Mebel Berkah Jaya, laka liyane.*

‘Toko mebel yang sudah jelas terkenal dimana-mana ya Toko Mebel Berkah Jaya, tidak ada yang lain.’

(Iklan TMBJ/24)

Tuturan yang berbunyi *Toko mebel sing wis jelas terkenal maring endi-endi ya Toko Mebel Berkah Jaya, laka liyane.* ‘Toko mebel yang sudah jelas terkenal dimana-mana ya Toko Mebel Berkah Jaya, tidak ada yang lain’ merupakan tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut dituturkan oleh penutur (suami) kepada mitra tutur (istri). Mitra tutur merasa kebingungan memilih toko mebel karena tidak ada yang cocok, kemudian penutur meyakinkan mitra tutur bahwa tidak usah bingung dan jika membeli mebel di Toko Mebel Berkah Jaya. Penutur berusaha mengarahkan mitra tutur yang sedang kebingungan untuk membeli mebel ke Toko Mebel Berkah Jaya. Penutur menghendaki supaya mitra tutur membeli mebel di toko tersebut. Usaha penutur untuk mengarahkan dan menyakinkan mitra tutur agar melakukan apa yang dikehendaki penutur adalah persuasi.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (1a) **Toko mebel sing wis jelas terkenal maring endi-endi ya Toko Mebel Berkah Jaya, laka liyane.**
 [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3//
 [2] 3 1// [2] 3// [2] 31↓
 ‘Toko mebel yang sudah jelas terkenal dimana-mana ya Toko Mebel Berkah Jaya, tidak ada yang lain.’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita pada tuturan persuasif tersebut yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *laka liyane* ‘tidak ada yang lain’ dan pola intonasi tuturan persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan persuasif tersebut yaitu suku kata *ne* ‘nya’ pada kata *liyane* ‘lainnya’. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah meyakinkan. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi meyakinkan yaitu adanya satuan lingual *sing wis jelas terkenal maring endi-endi* ‘yang sudah jelas terkenal dimana-mana’ dan satuan lingual *laka liyane* ‘tidak ada yang lain’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur berusaha meyakinkan mitra tutur bahwa Toko Mebel Berkah Jaya sudah jelas terkenal dimana-mana dan tidak perlu bingung jika membeli mebel di toko tersebut saja karena tidak ada yang lain selain di Toko Mebel Berkah Jaya. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mitra tutur membeli mebel di Toko Berkah Jaya.

Konteks : Narator meyakinkan pendengar bahwa Toko Besi Firdaus Jaya, barang-barang materialnya bermutu dan kualitasnya nomer satu.

Tuturan

- (2) A : ***Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomer satu.***

‘Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomor satu.’

(/Iklan TBFJ/14)

Tuturan yang berbunyi *Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomer satu.* ‘Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomer satu.’ merupakan tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut dituturkan oleh penutur (narator) kepada mitra tutur (pendengar). Penutur meyakinkan mitra tutur bahwa Toko Besi Firdaus Jaya mempunyai barang-barang material yang bermutu dan mempunyai kualitas nomer satu. Penutur menghendaki supaya mitra tutur membeli meuble di toko tersebut. Penutur berusaha mengarahkan mitra tutur dengan meyakinkan bahwa toko tersebut mempunyai barang-barang bermutu dan berkualitas nomer satu. Usaha penutur untuk mengarahkan dan menyakinkan mitra tutur agar melakukan apa yang dikehendaki penutur adalah persuasi.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (2a) ***Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomer satu.***
 [2] 3// [2] 3 1// [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3 1↓
 ‘Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomor satu.’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *kualitas nomer satu* ‘kualitas nomor satu’ dan pola intonasi tuturan persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan persuasif tersebut yaitu suku kata *tu* pada kata *satu* ‘satu’. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah meyakinkan. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi meyakinkan yaitu adanya satuan lingual *bermutu* ‘bermutu’ dan satuan lingual *kualitas nomer satu* ‘kualitas nomor satu’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur berusaha meyakinkan mitra tutur bahwa Toko Besi Firdaus Jaya mempunyai barang-barang material bermutu dan mempunyai kualitas nomor satu. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu jika membeli material di Toko Besi Firdaus Jaya.

Konteks : Kang Parjo yang penasaran karena Yu Jenab memborong material komplit yang akan digunakan untuk membangun rumahnya.

Tuturan (3) A : *Material apa bae ana, kaya kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, kramik, batu alam, lan liya-liyane.*

‘Material apa saja ada, seperti kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, kramik, batu alam, dan lain-lainnya

(Iklan TBFJ/12)

Tuturan yang berbunyi *Material apa bae ana, kaya kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, kramik, batu alam, lan liya-liyane.* ‘Material apa saja ada, kaya kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng

soka jati wangi, kramik, batu alam, dan lain-lainnya.’ merupakan tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut dituturkan oleh penutur (Yu Jenab) kepada mitra tutur (Kang Parjo). Mitra tutur penasaran karena penutur memborong material yang komplit, kemudian penutur meyakinkan mitra tutur jika membeli material yang komplit di Toko Besi Firdaus Jaya. Penutur meyakinkan mitra tutur di Toko Besi Firdaus Jaya materialnya komplit seperti kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, kramik, batu alam, dan lain-lainnya . Penutur menghendaki supaya mitra tutur membeli material di toko tersebut. Usaha penutur untuk meyakinkan mitra tutur agar melakukan apa yang dikehendaki penutur adalah persuasi.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (3a) *Material apa bae ana, kaya kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, kramik, batu alam, lan liya-liyane.*
 [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3 1↓
 ‘Material apa saja ada, kaya kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, kramik, batu alam, dan lain-lainnya’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita pada tuturan persuasif tersebut yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *lan liya-liyane* ‘dan lain-lainnya’ dan pola intonasi tuturan persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan persuasif

tersebut yaitu suku kata *ne* ‘nya’ pada kata *liyane* ‘lainnya’. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah meyakinkan. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi meyakinkan yaitu adanya satuan lingual *apa bae ana* ‘apa saja ada’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur berusaha meyakinkan mitra tutur bahwa Toko Besi Firdaus Jaya adalah toko material yang komplit, material apa saja ada. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mitra tutur membeli material di Toko Besi Firdaus Jaya.

b. Kalimat Berita yang Berfungsi Menyuruh

Konteks : A menanyakan tempat untuk membeli oleh-oleh haji kepada Bu haji yang barang-barangnya bagus, murah, dan komplit. Kemudian Bu haji menyuruh untuk mendatangi Toko Al-Fauz.

Tuturan (4) A : *Sampeyan gari teka bae neng Toko Al-Fauz sing alamate neng Banjaran, ana tugu teh botol ngetan, antarane 1 km lah, luwih tepate sebelah wetan UD Jati Nilna Fauz.*
 ‘Anda tinggal datang saja ke Toko Al-Fauz yang beralamat di Banjaran, ada tugu teh botol ke timur, antara 1 km lah, lebih tepatnya sebelah timurnya UD Jati Nilna Fauz.’

(Iklan TAF/10)

Tuturan *Sampeyan gari teka bae neng Toko Al-Fauz sing alamate neng Banjaran ana tugu teh botol ngetan, antarane 1 km lah, luwih tepate sebelah wetan UD Jati Nilna Fauz* ‘Anda tinggal datang saja ke Toko Al-Fauz yang beralamat di Banjaran, ada tugu teh botol ke timur, antara 1 km lah, lebih tepatnya sebelah timurnya UD Jati Nilna Fauz.’ merupakan tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur. Mitra tutur menanyakan tempat untuk

membeli oleh-oleh haji yang barang-barangnya bagus, murah, dan komplit, kemudian penutur menyuruh untuk mendatangi Toko Al-Fauz dan penutur juga memberikan alamat tokonya dengan jelas. Penutur menyuruh mitra tutur untuk untuk membeli di toko Al-Fauz. Penutur menghendaki mitra tutur agar membeli di toko tersebut. Penutur mengarahkan mitra tutur untuk membeli di toko Al-Fauz dengan menunjukkan alamat toko tersebut secara jelas. Tuturan persuasif tersebut menghendaki agar mitra tutur melakukan apa yang menjadi kehendak penutur atas kehendak sendiri.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (4a) *Sampeyan gari teka bae neng Toko Al-Fauz sing alamate neng*
 [2] 3// [2] 3// [2] 3 1// [2] 3// [2]
Banjaran, ana tugu teh botol ngetan, antarane 1 km lah, luwih
 3// [2] 3// [2] 3 1// [2] 3// [2]
tepate sebelah wetan UD Jati Nilna Fauz.
 3// [2] 3// [2] 3 1↓
 ‘Anda tinggal datang saja ke Toko Al-Fauz yang beralamat di Banjaran, ada tugu teh botol ke timur, antara 1 km lah, lebih tepatnya sebelah timur UD Jati Nilna Fauz.’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *sebelah wetan UD Jati Nilna Fauz* ‘sebelah timur UD Jati Nilna Fauz’ dan pola intonasi tuturan persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan

persuasif tersebut yaitu suku kata *uz* pada kata Al-Fauz. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah menyuruh. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi menyuruh yaitu adanya satuan lingual *gari teka bae* ‘tinggal datang saja’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menyuruh mitra tutur bahwa untuk membeli di Toko Al-Fauz. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu jika membeli oleh-oleh haji di Toko Al-Fauz.

Konteks : Seorang anak yang ingin jadi perawat setelah lulus SMP, kemudian bapaknya menyuruh ke SMK Farmasi Saka Medika Program Keperawatan.

Tuturan

(5) A : *Ning SMK Farmasi Saka Medika, saiki wis ana program keperawatane Nok.*
 ‘Ke SMK Farmasi Saka Medika, sekarang sudah ada program keperawatannya, Nak.’

(Iklan SMKFSM/6)

Tuturan *Ning SMK Farmasi Saka Medika, saiki wis ana program keperawatane, Nok.* ‘Ke SMK Farmasi Saka Medika, sekarang sudah ada program keperawatannya, Nak’ merupakan tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur (bapak) kepada mitra tutur (anak perempuan). Tuturan tersebut disampaikan dengan menggunakan kalimat berita dan secara tersirat tuturan tersebut menyuruh mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur. Penutur tidak menggunakan kata yang mengindikasikan paksaan. Tuturan persuasif tersebut menghendaki agar mitra tutur melakukan apa yang menjadi kehendak penutur atas kehendak sendiri.

Pada dasarnya persuasi bertujuan untuk mengubah perilaku, keyakinan, dan sikapnya atas kehendak sendiri bukan karena paksaan orang lain.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (5a) *Ning SMK Farmasi Saka Medika, saiki wis ana program keperawatane, Nok.*
 [2] 3// [2] 3 1// [2] 3// [2]
 3 1↓
 ‘Ke SMK Farmasi Saka Medika, sekarang sudah ada program keperawatannya, Nak.’

Tuturan di atas merupakan tuturan yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *saiki wis ana program keperawatane, Nok* ‘sekarang sudah ada program keperawatannya, Nak’ dan pola intonasi tuturan persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan persuasif tersebut yaitu suku kata *Nok* ‘Nak’. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah menyuruh. Pada tuturan persuasif di atas penutur menyuruh mitra tutur secara halus. Penutur menyuruh mitra tutur secara halus dengan menggunakan kalimat berita yang berfungsi menyuruh. Pada tuturan persuasif *Ning SMK Farmasi Saka Medika, saiki wis ana program keperawatane, Nok*. ‘Ke SMK Farmasi Saka Medika, sekarang sudah ada program keperawatannya, Nak’ terlihat bahwa tuturan persuasif tersebut

berfungsi untuk menyuruh secara halus. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menyuruh mitra tutur untuk melanjutkan di SMK Farmasi Saka Medika. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur mengikuti perintah penutur untuk melanjutkan sekolah di SMK Farmasi Saka Medika.

Konteks : A kebingungan karena kehabisan modal dan hasil dari dagangannya, kemudian B menyuruh ke Prinko Free 17 USP Bumiharja.

Tuturan

(6) B : *Ning Prinko Feri 17 Bumiharja.*
'Ke Primko Feri 17 Bumiharja

(Iklan PF17B/27)

Tuturan *Ning Prinko Feri 17 Bumiharja* 'Ke Primko Feri 17 Bumiharja' merupakan tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur. Tuturan tersebut disampaikan dengan menggunakan kalimat berita dan secara tersirat tuturan tersebut menyuruh mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur. Penutur tidak menggunakan kata yang mengindikasikan paksaan. Tuturan persuasif tersebut menghendaki agar mitra tutur melakukan apa yang menjadi kehendak penutur atas kehendak sendiri. Pada dasarnya persuasi bertujuan untuk mengubah perilaku, keyakinan, dan sikapnya atas kehendak sendiri bukan karena paksaan orang lain.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (6a) *Ning Prinko Feri 17 Bumiharja.*
 [2] 3// [2] 3// [2] 3 1↓
 'Ke Prinko Feri 17 Bumiharja'

Tuturan di atas merupakan tuturan yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *Bumiharja* 'Bumiharja' dan pola intonasi tuturan persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan persuasif tersebut yaitu suku kata *ja* pada kata Bumiharja. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah menyuruh. Pada tuturan persuasif di atas penutur menyuruh mitra tutur secara halus. Penutur menyuruh mitra tutur secara halus dengan menggunakan kalimat berita yang berfungsi menyuruh. Pada tuturan persuasif *Ning Prinko Feri 17 Bumiharja* 'Ke Prinko Feri 17 Bumiharja' terlihat bahwa tuturan persuasif tersebut berfungsi untuk menyuruh secara halus. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menyuruh mitra tutur untuk meminjam modal ke Prinko Feri 17 Bumiharja. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur mengikuti perintah penutur untuk meminjam modal ke Prinko Feri 17 Bumiharja.

c. Kalimat Berita yang Berfungsi Menasihati

- Konteks : A yang kebingungan mencari modal untuk berdagang, kemudian B menasihati untuk pinjam di Prinko Feri 19 Jatibarang.
- Tuturan (7) B : *Mulane sampeyan ning Prinko Feri 19 Jatibarang, bakal saporete.*
 'Makanya kamu ke Prinko Feri 19 Jatibarang, bakal puas.'

A : *Ya'ul, cocog nemen kweh!*
 ‘Betul, cocok sekali itu!’

(Iklan PF19J/28)

Tuturan *Mulane sampeyan ning Prinko Feri 19 Jatibarang, bakal saporete*. ‘Makanya kamu ke Prinko Feri 19 Jatibarang, bakal puas.’ merupakan tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut disampaikan penutur kepada mitra tutur. Penutur menasihati mitra tutur agar tidak perlu bingung jika tidak mempunyai modal untuk berdagang. Penutur menasihati untuk meminjam ke Prinko Feri 19 jatibarang dengan memberikan alasan ketika meminjam ke Prinko Feri 19 Jatibarang bakal puas. Usaha yang dilakukan penutur melalui tuturan yang disampaikannya adalah persuasi. Mitra tutur memberikan respon menyetujui apa yang dikatakan penutur. Respon mitra tutur ditandai adanya satuan lingual *Ya'ul, cocog nemen kweh!* ‘Betul, cocok sekali itu!’. Penutur memberikan alasan dan kemudian direspon dengan baik oleh mitra tutur merupakan persuasi. Persuasi bertujuan agar mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

(7a) ***Mulane sampeyan ning Prinko Feri 19 Jatibarang, bakal saporete.***
 [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3 1↓
 ‘Makanya kamu ke Prinko Feri 19 Jatibarang, bakal puas.’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *bakal saporete* ‘bakal puas’ dan pola intonasi tuturan persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan persuasif tersebut yaitu suku kata *te* pada kata *saporete* ‘puas’. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah menasihati. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi menasihati yaitu adanya satuan lingual *mulane* ‘makanya’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menasihati mitra tutur agar tidak usah bingung mencari modal untuk berdagang karena mitra tutur bisa meminjam ke Prinko Feri 19 Jatibarang. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mengikuti nasihat penutur untuk meminjam modal di Prinko Feri 19 Jatibarang.

Konteks : A menasihati B, jika belanja oleh-oleh Haji di Toko Al-Fauz bisa mendapatkan korting, bisa juga mendapat kupon undian untuk umroh atau haji gratis.

Tuturan

(8) B : *Sampeyan angger blanja neng Toko Al-Fauz bisa olih korting, undian umroh utawa haji gratis Bu.*

‘Anda kalau belanja di Toko Al-Fauz bisa dapat korting, undian umroh atau haji gratis Bu.’

A : *Aku tak langsung mana kyeh, karo ngajak sedulur trus tanggane aku sing pan padha mangkat kaji.*

‘Aku langsung kesana, mengajak saudara dan tetanggaku yang mau berangkat haji.’

(Iklan TAF/11)

Tuturan *Sampeyan angger blanja neng Toko Al-Fauz bisa olih korting, undian umroh utawa haji gratis Bu.* ‘Anda kalau belanja di Toko Al-Fauz bisa dapat korting, undian umroh atau haji gratis Bu.’ merupakan tuturan persuasif.

Tuturan persuasif tersebut disampaikan penutur kepada mitra tutur. Penutur menasihati mitra tutur jika membeli di Toko Al-Fauz, bisa mendapatkan korting, undian umroh atau undian haji gratis. Usaha yang dilakukan penutur untuk menasihati mitra tutur adalah persuasi. Mitra tutur memberikan respon menyetujui apa yang dikatakan penutur. Respon mitra tutur ditandai adanya satuan lingual *Aku tak langsung mana kyeh* ‘Aku langsung kesana’. Penutur juga memberikan alasan yang ditandai adanya satuan lingual *bisa oleh korting, undian umroh utawa haji gratis Bu* ‘bisa dapat korting, undian umroh atau haji gratis Bu’. Penutur memberikan alasan dan kemudian melakukan apa yang dikehendaki penutur merupakan persuasi. Persuasi bertujuan agar mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

(8a) *Sampeyan angger blanja neng Toko Al-Fauz bisa oleh korting, undian*
 [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3 1// [2]

umroh utawa haji gratis, Bu.

3// [2] 3 1↓

‘Anda kalau belanja di Toko Al-Fauz bisa dapat korting, undian umroh atau haji gratis Bu.’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *undian umroh utawa haji gratis, Bu* ‘undian umroh atau haji gratis, Bu’ dan pola intonasi tuturan

persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan persuasif tersebut yaitu suku kata *Bu* ‘Bu’. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah menasihati. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif (5) berfungsi menasihati yaitu adanya satuan lingual *angger* ‘jika’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menasihati mitra tutur jika membeli di Toko Al-Fauz, bisa mendapatkan korting, undian umroh atau undian haji gratis. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mengikuti nasihat penutur jika membeli oleh-oleh haji di Toko Al-Fauz.

Konteks : Mas Darto sedang stress karena tidak punya modal untuk menambah dagangan. A menasihati sudah ada Primko Pabri Adiwerna.

Tuturan (9) A : ***Sampeyan kurang gaul sih, kan ana Primko Pabri Adiwerna.***
 ‘Anda kurang gaul sih, kan ada Primko Pabri Adiwerna.’
 (Iklan PPA/5)

Tuturan ***Sampeyan kurang gaul sih, kan ana Primko Pabri Adiwerna*** ‘Anda kurang gaul sih, kan ada Primko Pabri Adiwerna.’ merupakan tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut disampaikan penutur kepada mitra tutur. Penutur menasihati mitra tutur tidak usah stress jika ingin meminjam modal untuk menambah dagangan. Penutur memberikan saran supaya meminjam modal untuk menambah dagangan di Primko Pabri Adiwerna. Usaha yang dilakukan penutur untuk menasihati, memberikan saran kepada mitra tutur adalah persuasi. Persuasi bertujuan agar mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang.

Pada bahasa lisan, mengenai penentuan jenis tuturan yang berupa kalimat didasarkan pada intonasinya. Kalimat berita mempunyai pola intonasi yang disebut pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ dan pola intonasi berita bernada akhir turun. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (9a) *Sampeyan kurang gaul sih, kan ana Primko Pabri Adiwerna.*
 [2] 3// [2] 3// [2] 3// [2] 3 1↓
 ‘Anda kurang gaul sih, kan ada Primko Pabri Adiwerna.’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat berita, terlihat pada pola intonasi berita yaitu [2] 3// [2] 3 1↓ pada satuan lingual *kan ana Primko Pabri Adiwerna* ‘kan ada Primko Pabri Adiwerna’ dan pola intonasi tuturan persuasif di atas adalah bernada akhir turun pada suku kata terakhir dari tuturan persuasif tersebut yaitu kata *Adiwerna* ‘Adiwerna’. Pola intonasi berita tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat berita.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah menasihati. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif (5) berfungsi menasihati yaitu adanya satuan lingual *kan ana* ‘kan ada’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menasihati mitra tutur jika meminjam modal untuk menambah dagangan tidak perlu stress karena sudah ada Primko Pabri Adiwerna. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mengikuti nasihat penutur jika meminjam modal ke Primko Pabri Adiwerna.

2. Kalimat Tanya

Kalimat Tanya yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kalimat tanya yang berfungsi meyakinkan dan kalimat tanya yang berfungsi mengingatkan.

a. Kalimat Tanya yang Berfungsi Meyakinkan

Konteks : A memberitahu B ada bakso dan mi pangsit yang rasanya enak. B sudah mengetahui bahkan B menjelaskan nama, alamat, rasa, harga, dan juga bisa menerima pesanan.

Tuturan

(10) B : **Pantesan rasane jos nemen ya Wa?**
'Pantas rasanya jos sekali ya, Pak?'

(Iklan PBSB/3)

Tuturan *Pantesan rasane jos nemen ya, Wa?* 'Pantas rasanya jos sekali ya, Pak?' merupakan tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut dituturkan oleh mitra tutur kepada penutur (bapak). Mitra tutur berusaha memastikan kepada penutur bahwa apa yang dikatakan penutur sebelumnya adalah benar. Mitra tutur juga berusaha meyakinkan diri sendiri bahwa apa yang dikatakan penutur adalah benar, sehingga mitra tutur tidak ragu dengan apa yang menjadi pilihannya. Usaha penutur memperkuat tanggapan yang diberikan oleh mitra tutur adalah persuasi. Komunikasi persuasif dinilai berhasil apabila menarik konsumen sebanyak mungkin dengan sukarela tanpa adanya suatu paksaan.

Secara lisan tuturan tanya ditandai dengan pola intonasi tanya [2] 3// [2] 3 2↑. Berbeda dengan pola intonasi kalimat berita yang bernada akhir turun, pada pola intonasi kalimat tanya bernada akhir naik. Selain itu, nada suku terakhir lebih tinggi sedikit dibandingkan dengan nada suku terakhir pola intonasi kalimat berita. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

(10a) **Pantesan rasane jos nemen ya, Wa?**
[2] 3// [2] 3// [2] 3 2↑
'Pantas rasanya jos sekali ya, Pak?'

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat tanya. Tuturan persuasif tersebut berpola intonasi tanya yaitu [2] 3// [2] 3 2↑ terlihat pola intonasi tanya pada satuan lingual *rasane jos nemen ya, Wa?* ‘rasanya jos sekali ya, Pak?’ dan bernada akhir naik pada suku kata terakhir tuturan persuasif tersebut yaitu *Wa* ‘Pak’. Pola intonasi tanya tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat tanya.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah meyakinkan. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi meyakinkan yaitu adanya satuan lingual *pantesan* ‘pantas. Maksud tuturan tersebut adalah penutur berusaha meyakinkan mitra tutur Bakso Super Boy rasanya jos sekali. Pada tuturan persuasif tersebut penutur meyakinkan mitra tutur bahwa apa yang dituturnya adalah benar. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mitra tutur membeli bakso di Bakso Super Boy.

b. Kalimat Tanya yang Berfungsi Mengingatkan

- Konteks : Ibu mengeluh kepada Bapak karena paping yang baru dipasang di rumahnya sudah lumutan dan pecah. Kemudian Ibu mengingatkan, pasti membelinya bukan di Tegel Sultan Agung.
- Tuturan (11) A : *Eh..., mesthi dudu ning Sultan Agung kyeh, mulane ora hebat sih, iya oya Pak?*
 ‘Eh, pasti bukan di Sultan Agung, soalnya tidak hebat sih, iya oya Pak?’

(Iklan TSA/21)

Tuturan *Eh, mesthi dudu ning Sultan Agung kyeh, mulane ora hebat sih, iya oya Pak?* ‘Eh, pasti bukan di Sultan Agung soalnya tidak hebat sih, iya oya

Pak?’ merupakan tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut disampaikan penutur (ibu) kepada mitra tutur (bapak). Penutur mengingatkan mitra tutur yang tidak menggunakan Tegel Sultan Agung sehingga paping yang baru dipasang sudah lumutan dan pecah-pecah. Usaha penutur mengingatkan mitra tutur karena tidak menggunakan Tegel Sultan Agung adalah persuasi. Penutur berusaha mengingatkan dan membuat mitra tutur menyetujui apa yang dikatakan penutur karena sebelumnya sudah terbukti paping yang digunakan mitra tutur mempunyai kualitas kurang bagus. Usaha yang dilakukan penutur agar mitra tutur menyetujui apa yang menjadi dikehendaki penutur merupakan persuasi yang dilakukan tanpa paksaan dari penutur supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur pada waktu ini maupun pada waktu yang akan datang.

Secara lisan tuturan tanya ditandai dengan pola intonasi tanya [2] 3// [2] 3 2↑. Berbeda dengan pola intonasi kalimat berita yang bernada akhir turun, pada pola intonasi kalimat tanya bernada akhir naik. Selain itu, nada suku terakhir lebih tinggi sedikit dibandingkan dengan nada suku terakhir pola intonasi kalimat berita. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (11a) *Eh, mesthi dudu ning Sultan Agung kyeh, mulane ora hebat sih,
iya oya Pak?*
 [2] 3// [2] 3 [2] 3 2// [2] 3// [2] 3//
 [2] 3//[2] 3 2↑
 ‘Eh, pasti bukan di Sultan Agung, soalnya tidak hebat sih, iya oya Pak?’

Tuturan di atas merupakan tuturan yang berupa kalimat tanya. Tuturan persuasif tersebut berpola intonasi tanya yaitu [2] 3// [2] 3 2↑ terlihat pola intonasi tanya pada satuan lingual *iya oya, Pak?* ‘iya oya, Pak?’ dan bernada akhir naik pada

suku kata terakhir tuturan persuasif tersebut yaitu *Pak* ‘Pak’. Pola intonasi tanya tersebut sebagai penanda bahwa tuturan persuasif tersebut berupa kalimat tanya.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah mengingatkan. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi meyakinkan yaitu adanya satuan lingual *mesthi dudu* ‘pasti bukan’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur mengingatkan mitra tutur karena mitra tutur tidak menggunakan Tegel Sultan Agung sehingga papingnya mudah lumutan dan pecah-pecah. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur mengganti papingnya dengan membeli Tegel di Sultan Agung.

3. Kalimat Perintah

Kalimat perintah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kalimat perintah yang berfungsi meyakinkan, kalimat perintah yang berfungsi menyuruh, kalimat perintah yang berfungsi melarang, kalimat perintah yang berfungsi mengajak, dan kalimat perintah yang berfungsi menasihati.

a. Kalimat Perintah yang Berfungsi Meyakinkan

Konteks : A mengungkapkan keagumannya atas obat kuat yang digunakannya. A meyakinkan B bahwa Obat Kuat Chelsea membuat kuat dan tahan lama.

Tuturan
 (12) A : *Obat Kuat Chelsea, nggawe aku kuat lan tahan lama, pokoke jos!*
 ‘Obat Kuat Chelsea, membuatku kuat dan tahan lama, pokoknya jos!’
 B : *Delen ya, aku tak nyoba.*
 ‘Beneran ya, saya coba’

(Iklan OKC/30)

Tuturan *Obat Kuat Chealse, gawe aku kuat lan tahan lama, pokoke jos!*

‘Obat Kuat Chealsea, membuatku kuat dan tahan lama, pokoknya jos!’ adalah tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur. Penutur mengungkapkan keagumannya atas obat kuat yang digunakannya. Penutur meyakinkan mitra tutur agar mitra tutur juga menggunakannya. Usaha penutur untuk meyakinkan mitra tutur direspon baik oleh mitra tutur yang langsung ingin mencoba menggunakannya. Mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu ditandai adanya satuan lingual *aku tak nyoba* ‘saya coba’. Usaha penutur meyakinkan mitra tutur agar melakukan apa yang dikehendaki penutur pada saat itu maupun pada waktu yang akan datang adalah persuasi.

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

(12a) ***Obat Kuat Chelsea, nggawe aku kuat lan tahan lama, pokoke jos!***

2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 1↓

‘Obat Kuat Chelsea, membuatku kuat dan tahan lama, pokoknya jos!’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *tahan lama, pokoke jos!* ‘tahan lama, pokoknya jos!’.

Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah meyakinkan. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi meyakinkan yaitu adanya satuan lingual *pokoke jos!* ‘pokoknya jos!’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur

berusaha meyakinkan mitra tutur bahwa Obat Kuat Chealsea membuat penutur kuat dan tahan lama. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mitra tutur menggunakan Obat Kuat Chealsea.

- | | |
|-------------------|---|
| Konteks | : Narator meyakinkan pendengar bahwa Toko Mebel Berkah Jaya, toko mebel yang komplit. |
| Tuturan
(13) C | <p><i>: Barang kualitas apa bae ana, kursi lemari dipan, wis pepek pokoke!</i>
 ‘Barang kualitas apa saja ada, kursi lemari dipan, sudah lengkap pokoknya!’</p> |

(Iklan TMBJ/26)

Tuturan *Barang kualitas apa bae ana, kursi lemari dipan, wis pepek pokoke!* ‘Barang kualitas apa saja ada, kursi lemari dipan, sudah lengkap pokoknya!’ merupakan tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur (narator) kepada mitra tutur (pendengar). Penutur mengatakan bahwa Toko Mebel Berkah Jaya mempunyai barang dengan berbagai kualitas dan barang-barangnya lengkap. Penutur mengarahkan mitra tutur untuk membeli di Toko tersebut dengan memberikan alasan bahwa di toko tersebut barang-barangnya lengkap tersedia. Penutur berusaha meyakinkan mitra tutur agar mitra tutur agar mitra tutur material di Toko Mebel berkah Jaya. Tuturan tersebut menghendaki agar mitra tutur melakukan apa yang menjadi kehendak penutur atas kehendak sendiri. Usaha penutur meyakinkan mitra tutur untuk melakukan yang dikehendaki penutur atas kehendak sendiri merupakan persuasi.

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan

tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (13a) *Barang kualitas apa bae ana, kursi lemari dipan, wis pepek pokoke!*
 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 1↓
 ‘Barang kualitas apa saja ada, kursi lemari dipan, sudah lengkap pokoknya!’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *wis pepek pokoke!* ‘sudah lengkap pokoknya!’

Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah meyakinkan. Indikator yang menunjukkan tuturan persuasif di atas berfungsi meyakinkan yaitu adanya satuan lingual *wis pepek pokoke!* ‘sudah lengkap pokoknya!’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur berusaha meyakinkan mitra tutur bahwa Toko Mebel Berkah Jaya adalah toko yang lengkap, menyediakan berbagai barang dengan berbagai kualitas. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mitra tutur membeli mebel di Toko Meubel Berkah Jaya.

b. Kalimat Perintah yang Berfungsi Menyuruh

Konteks : B sedang bingung mencari modal untuk memperbesar usahanya datang kepada A. Kemudian A menasihati supaya tidak usah bingung karena bisa meminjam di Prinko Free 17 Balamo.

- Tuturan
 (14) A : *Teka bae neng Prinko Feri 17 Balamo, wis sampeyan mesthi dibantu modhal!*
 ‘Datang saja ke Prinko Feri 17 Balamo, Anda pasti dibantu modal!’

B : *Ya wis Yu, aku langsung mana bae. Kiye wedhange tak nung ya, Yu?*

‘Ya sudah Mbak, saya langsung kesana saja. Ini minumannya saya minum ya, Mbak?’

(Iklan PF17B/18)

Tuturan *Teka bae neng Prinko Feri 17 Balamoa, wis sampeyan mesthi dibantu modhal!* ‘Datang saja ke Prinko Feri 17 Balamoa, Anda pasti dibantu modal’ merupakan tuturan persuasif. Tuturan tersebut dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur. Penutur menyuruh mitra tutur kemudian melakukan penguatan yang disertai alasan. Penutur mengungkapkan alasan bahwa jika datang ke Prinko Feri 17 Balamoa pasti akan dibantu modal. Usaha penutur untuk menyuruh mitra tutur tersebut merupakan persuasi yang disertai alasan. Alasan tersebut berupa adanya satuan lingual *mesthi dibantu modhal* ‘pasti dibantu modal’. Alasan yang dikemukakan penutur semakin membuat persuasi efektif. Mitra tutur merespon apa yang disarankan penutur dengan langsung datang ke Prinko Feri 17 Balamoa. Respon mitra tutur ditandai adanya satuan lingual *aku langsung mana bae* ‘aku langsung ke sana saja’. Mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur dan menyetujui apa yang dikatakan penutur dengan melakukan tindakan pada saat itu juga. Usaha yang dilakukan penutur agar mitra tutur melakukan sesuatu yang dikehendaki penutur pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang adalah persuasi.

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan

tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (14a) *Teka bae neng Prinko Feri 17 Balamoia, wis sampeyan mesthi dibantu modhal!*
 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 3//
 2 1↓
 'Datang saja ke Prinko Feri 17 Balamoia, Anda pasti dibantu modal!'

Tuturan di atas merupakan tuturan yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *mesthi dibantu modhal!* 'pasti dibantu modal!'

Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah menyuruh. Penanda tuturan persuasif di atas berfungsi menyuruh adalah pada satuan lingual *teka bae* 'datang saja'. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menyuruh mitra tutur untuk meminjam modal di Prinko Feri 17 Balamoia. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu jika meminjam modal datang saja ke Prinko Feri 17 Balamoia.

Konteks : Narator menyuruh pendengar untuk segera memborong material di Toko Besi Firdaus jaya.

Tuturan

- (15) C : *Wis aja kesuwen, gagian mborong material ning Toko Besi Firdaus Jaya!*

'Sudah jangan lama-lama, cepat memborong material di Toko Besi Firdaus Jaya!'

(Iklan TBFJ/15)

Tuturan *Wis aja kesuwen, gagian mborong material ning Toko Besi Firdaus Jaya!* 'Sudah jangan lama-lama, cepat memborong material di Toko Besi Firdaus Jaya!' merupakan tuturan persuasif. Tuturan tersebut dituturkan oleh

penutur (narator) kepada mitra tutur (pendengar). Penutur menyuruh mitra tutur agar tidak usah lama-lama atau segera memborong material ke Toko Besi Firdaus Jaya. Penutur mengarahkan mitra tutur agar jika memborong material di toko tersebut. Penutur menghendaki mitra tutur agar segera memborong material di toko tersebut. Usaha yang dilakukan penutur agar mitra tutur melakukan sesuatu yang dikehendaki penutur pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang adalah persuasi.

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (15a) *Wis aja kesuwen, gagian mborong material ning Toko Besi Firdaus*

2 3// 2 1// 2 3// 2 3// 2 3// 2

Jaya!

1↓

‘Sudah jangan lama-lama, cepat memborong material di Toko Besi Firdaus Jaya!’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *Toko Besi Firdaus Jaya!* ‘Toko besi Firdaus Jaya!’

Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah menyuruh. Penanda tuturan persuasif di atas berfungsi menyuruh adalah pada satuan lingual *aja kesuwen* ‘jangan lama-lama’ dan satuan lingual *gagian* ‘cepat’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menyuruh mitra tutur untuk segera memborong material di Toko Besi Firdaus Jaya. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan

apa yang dikehendaki penutur yaitu segera memborong material di Toko Besi Firdaus Jaya.

- Konteks : Narator menyuruh pendengar mengajukan pinjaman modal untuk mengembangkan usaha ke Kospin Gama.
- Tuturan (16) C : ***Ngajugna bae ning Kospin Gama, bunga bersaing, aman!***
 ‘Ajukan saja ke Kospin Gama, Bunga bersaing, aman!’
 (Iklan TBFJ/15)

Tuturan *Ngajugna bae ning Kospin Gama, bunga bersaing, aman!* ‘Ajukan saja ke Kospin Gama, bunga bersaing, aman!’ merupakan tuturan persuasif. Tuturan tersebut dituturkan oleh penutur (narator) kepada mitra tutur (pendengar). Penutur menyuruh mitra tutur untuk meminjam ke Kospin Gama jika ingin mengembangkan usaha. Penutur mengarahkan mitra tutur agar jika meminjam modal di Kospin Gama. Penutur menghendaki mitra tutur meminjam modal ke Kospin Gama dengan alasan bunga bersaing dan aman. Usaha yang dilakukan penutur agar mitra tutur melakukan sesuatu yang dikehendaki penutur pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang disertai dengan alasan untuk membujuk mitra tutur adalah persuasi.

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (16a) ***Ngajugna bae ning Kospin Gama, bunga bersaing, aman!***
 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 1↓
 ‘Ajukan saja ke Kospin Gama, bunga bersaing, aman!’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *bunga bersaing, aman!* ‘bunga bersaing, aman!’

Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah menyuruh. Penanda tuturan persuasif di atas berfungsi menyuruh adalah pada satuan lingual *ngajugna bae* ‘ajukan saja’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur menyuruh mitra tutur untuk segera mengajukan untuk meminjam modal ke Kospin Gama. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu meminjam modal di Kospin Gama.

c. Kalimat Perintah yang Berfungsi Melarang

Konteks : A batuk tidak berhenti-berhenti, kemudian B melarang untuk tidak merokok lagi, dan B menyarankan untuk memeriksakan kesehatan A ke puskesmas.

Tuturan
(17) B : *Aja udud bae sih Pak!*
‘Jangan merokok terus sih Pak!’

(Iklan LMDKKT/35)

Tuturan *Aja udud bae sih Pak!*. ‘Jangan merokok terus sih Pak’ merupakan tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur (Ibu) kepada mitra tutur (Bapak). Penutur melarang agar mitra tutur jangan merokok terus menerus. Penutur meminta kepada mitra tutur untuk berhenti merokok. Penutur membentuk tanggapan dari mitra tutur dengan mengatakan tuturan persuasif tersebut bahwa jika tidak ingin kesehatannya terganggu atau jika tidak ingin batuk terus menerus, maka berhenti merokok. Kalimat tersebut mempersuasi mitra tutur agar berhenti merokok

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (17a) *Aja udud bae sih Pak!*

2 3// 2 3// 2 1↓

‘Jangan merokok terus sih Pak!’

Tuturan di atas merupakan tuturan yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *udud bae sih Pak* ‘merokok terus sih Pak’.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah melarang. Penutur melarang mitra tutur agar mitra tutur berhenti merokok. Penanda fungsi tuturan persuasif tersebut berfungsi melarang adalah pada kata *aja* ‘jangan’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur melarang mitra tutur untuk jangan merokok terus atau meminta mitra tutur untuk berhenti merokok. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mitra tutur berhenti merokok.

Konteks : A sedang stress memikirkan biaya sekolah anak karena sawahnya belum bisa diperpanjang. Kemudian B melarang mitra tutur untuk bingung karena mitra tutur bisa meminjam ke Prinko Feri 17 Balamo Tegal.

Tuturan

- (18) A : *Kyeh, aja nganti salah manjing toko liyane!*
‘Nih, jangan sampai salah masuk toko yang lain’

(Iklan TKD/34)

Tuturan *Kyeh, aja nganti salah manjing toko liyane*. ‘Nih, jangan sampai salah masuk toko yang lain’ merupakan tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur. Penutur melarang agar mitra tutur jangan salah masuk ke toko lain. Penutur menunjukkan jika ingin membeli gitar di Toko Kresna Dewi. Penutur membentuk tanggapan dari mitra tutur dengan mengatakan tuturan persuasif tersebut bahwa jika ingin membeli gitar ke Toko Kresna Dewi, jangan sampai salah masuk ke toko lain. Kalimat tersebut mempersuasi mitra tutur agar membeli gitar ke Toko Kresna Dewi.

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (18a) ***Kyeh, aja nganti salah manjing toko liyane!***

2 3// 2 3// 2 3// 2 1↓

‘Nih, jangan sampai salah masuk toko yang lain’

Tuturan di atas merupakan tuturan yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *salah manjing toko liyane* ‘salah masuk toko lain’.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah melarang. Penutur melarang mitra tutur agar mitra tutur untuk jangan sampai salah masuk toko lain. Penanda fungsi tuturan persuasif tersebut berfungsi melarang adalah pada kata *aja* ‘jangan’. Maksud tuturan tersebut adalah penutur melarang mitra tutur untuk jangan sampai salah masuk ke toko lain. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya

mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur yaitu mitra tutur membeli gitar di Toko Kresna Dewi dan jangan sampai salah masuk toko lain.

d. Kalimat Perintah yang Berfungsi Mengajak

Konteks : B bingung mencari pinjaman yang prosesnya cepat, kemudian A mengajak ke KSP Bina Raharja Tegal dengan jaminan syarat yang mudah dan prosesnya cepat.

Tuturan (19) A : *Yuh ning KSP Bina Raharja Tegal, dijamin syarat mudah prosese cepet!*

‘Yuk ke KSP Bina Raharja Tegal, dijamin syarat mudah prosesnya cepat!’

(Iklan KSPBR/2)

Tuturan *Yuh ning KSP Bina Raharja Tegal, dijamin syarat mudah prosese cepet!* ‘Yuk ke KSP Bina Raharja Tegal, dijamin syarat mudah prosese cepet.’ adalah tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur yang sedang bingung mencari pinjaman yang cepat. Kemudian penutur mengajak meminjam ke KSP Bina Raharja Tegal. Penutur juga mempersuasi mitra tutur dengan melakukan penguatan terhadap mitra tutur. Pada tuturan tersebut, setelah penutur mengajak mitra tutur kemudian penutur memperkuat tanggapan bahwa jika penutur meminjam ke KSP Bina Raharja penutur menjamin syarat-syarat untuk meminjam mudah dan prosesnya cepat. Persuasi mengajak ini mengharapkan suatu tanggapan yang berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur dan juga oleh penuturnya. Usaha penutur untuk mengarahkan dan mengajak mitra tutur agar melakukan apa yang dikehendaki penutur adalah persuasi.

Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda

dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓ Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (19a) ***Yuh ning KSP Bina Raharja Tegal, dijamin syarat mudah prosese cepet!***

2 3// 2 3// 2 1↓ 2 3// 2 3// 2
cepet!
1↓

‘Yuk ke KSP Bina Raharja Tegal, dijamin syarat mudah prosesnya cepat!’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *syarat mudah prosese cepet!* ‘syarat mudah prosesnya cepat!’. Disamping ditandai oleh pola intonasi perintah, tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah tersebut juga ditandai oleh kata-kata ajakan, ialah kata *yuh* ‘yuk, ayo’ yang diletakkan pada awal kalimat.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah mengajak. Penutur mengajak mitra tutur untuk meminjam ke KSP Bina Raharja Tegal. Penanda fungsi tuturan persuasif tersebut berfungsi mengajak adalah pada kata *yuh* ‘yuk, ayo’ pada awal kalimat. Fungsi ajakan ini mengharapkan suatu tanggapan yang berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur dan juga oleh penuturnya. Maksud tuturan tersebut adalah penutur mengajak mitra tutur meminjam ke KSP Bina Raharja. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur meminjam ke KSP Loh Jinawe.

- Konteks : A bingung mencari kain yang bagus dan lengkap, kemudian Si B mengajak dan mengantar A ke Toko Hidup Tekstil.
- Tuturan
- (20) B : ***Gagian tak anter ning Toko Hidup Tekstil!***
‘Cepat saya antar ke Toko Hidup Tekstil!’

(Iklan THT/7)

Tuturan *Gagian tak anter ning Toko Hidup Tekstil!* ‘Cepat saya antar ke Toko Hidup Tekstil’ merupakan tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur yang sedang bingung mencari kain yang bagus dan lengkap. Mitra tutur ingin cepat mendapatkan kain yang bagus supaya bisa nyaman berpenampilan dan ingin dihargai orang lain dengan busana yang dikenakannya. Penutur langsung memberi solusi dan mengajak mitra tutur membeli di Toko Hidup Tekstil. Ajakan yang dilakukan penutur dengan mengantar mitra tutur ke Toko Hidup Tekstil adalah usaha penutur untuk mempengaruhi mitra tutur agar melakukan sesuatu yang dikehendaki penutur. Usaha yang dilakukan penutur tersebut merupakan persuasi. Persuasi yang berfungsi mengajak ini mengharapkan suatu tanggapan yang berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur dan juga oleh penuturnya.

Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

(20a) ***Gagian tak anter ning Toko Hidup Tekstil!***

2 3// 2 3// 2 3// 2 1↓
 ‘Cepat saya antar ke Toko Hidup Tekstil!’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *ning Toko Hidup Tekstil* ‘ke Toko Hidup Tekstil’

Fungsi dari tuturan persuasif di atas adalah mengajak. Penutur mengajak mitra tutur untuk meminjam ke KSP Bina Raharja Tegal. Penanda fungsi tuturan

persuasif tersebut berfungsi mengajak adalah pada kata *tak anter* ‘saya antar’.

Fungsi ajakan ini mengharapkan suatu tanggapan yang berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur dan juga oleh penuturnya. Maksud tuturan tersebut adalah penutur mengajak mitra tutur membeli kain di Toko Hidup Tekstil. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur membeli kain di Toko Hidup Tekstil.

Konteks : Narator mengajak pendengar untuk datang ke Toko Besi Firdaus Jaya jika membeli material.

Tuturan

(21) A : ***hayuh teka bae maring Toko Besi Firdaus Jaya, wis komplit!***
‘Ayo datang saja ke Toko Besi Firdaus Jaya, sudah komplit!’

(Iklan TBFJ/13)

Tuturan *Yuh teka bae maring Toko Besi Firdaus Jaya, wis komplit!* ‘Yuk datang saja ke Toko Besi Firdaus Jaya, wis komplit!’ adalah tuturan persuasif yang dituturkan oleh penutur (narator) kepada mitra tutur (pendengar). Penutur mengajak dan mengarahkan mitra tutur jika membeli material, datang saja ke Toko Besi Firdaus Jaya. Penutur mengajak mitra tutur disertai dengan mengungkapkan alasan bahwa di toko tersebut materialnya komplit. Persuasi mengajak ini mengharapkan suatu tanggapan yang berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur dan juga oleh penuturnya. Usaha penutur untuk mengarahkan dan mengajak mitra tutur agar melakukan apa yang dikehendaki penutur adalah persuasi.

Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (21a) *Yuh teka bae maring Toko Besi Firdaus Jaya, wis komplit!*
 2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 1↓
 ‘Yuk datang saja ke Toko Besi Firdaus Jaya, sudah komplit!’

Tuturan di atas merupakan tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *Firdaus Jaya, wis komplit!* ‘Firdaus Jaya, sudah komplit!’. Pada tuturan tersebut disamping ditandai oleh pola intonasi perintah, tuturan persuasif yang berupa kalimat perintah tersebut juga ditandai oleh kata-kata ajakan, ialah kata *yuh* ‘yuk, ayo’ yang diletakkan pada awal kalimat.

Fungsi dari tuturan persuasif tersebut adalah mengajak. Penutur mengajak mitra tutur untuk membeli material di Toko Besi Firdaus Jaya. Penanda fungsi tuturan persuasif tersebut berfungsi mengajak adalah pada kata *yuh* ‘yuk, ayo’ pada awal kalimat. Fungsi ajakan ini mengharapkan suatu tanggapan yang berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur dan juga oleh penuturnya. Maksud tuturan tersebut adalah penutur mengajak mitra tutur membeli material di Toko Besi Firdaus Jaya. Tujuan tuturan tersebut adalah supaya mitra tutur membeli material di Toko Besi Firdaus Jaya.

e. Kalimat Perintah yang Berfungsi Menasihati

- Konteks : A yang terpesona dengan busana yang dipakai B. Kemudian B memberitahu bahwa busana yang Ia pakai beli di Toko Busana Zakiya dan B menasihati A jika ingin penampilannya keren seperti B datang ke toko tersebut.
- Tuturan (22) B : *Pokoke angger pengin penampilan keren, mana bae Jeng!*
 ‘Pokoknya kalau ingin penampilan keren, kesana saja Jeng!.’
- A : *Iya wis Jeng, nyong pan mana pan mborong, ben bojone enyong ora lirak-lirik maning ah.*

‘Iya sudah Jeng, saya mau ke sana mau memborong, supaya suami saya tidak lirak-lirik lagi ah.’

(Iklan TBZ/23)

Tuturan *Pokoke angger pengin penampilan keren, mana bae Jeng!* ‘Pokoknya kalau ingin penampilan keren, kesana saja Jeng!.’ adalah tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut disampaikan penutur kepada mitra tutur. Penutur menasihati mitra tutur jika ingin penampilan keren, penutur memerintah untuk datang ke Toko Busana Zakiya. Usaha yang dilakukan penutur melalui tuturan yang disampaikannya adalah persuasi. Mitra tutur memberikan respon menyetujui apa yang dikatakan penutur. Respon tersebut ditandai adanya satuan lingual *nyong pan mana pan mborong* ‘saya mau ke sana mau memborong’. Penutur memberikan nasihat dan kemudian direspon dengan baik oleh mitra tutur merupakan persuasi. Persuasi bertujuan agar mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang.

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

(22a) *Pokoke angger pengin penampilan keren, mana bae Jeng!*

2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 1↓

‘Pokoknya kalau ingin penampilan keren, ke sana saja Jeng! ’

Tuturan di atas merupakan tuturan yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *mana bae Jeng!* ‘ke sana saja Jeng! ’

Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah menasihati. Penanda fungsi menasihati tersebut pada kata *angger* ‘kalau, jika, bila’. Maksud tuturan persuasif tersebut adalah penutur menasihati mitra tutur bahwa jika ingin penampilan keren datang saja ke Toko Busana Zakiya. Tujuan tuturan persuasif tersebut adalah supaya mitra tutur melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan penutur agar membeli baju di Toko Busana Zakiya.

Konteks : Ibu yang menanyakan kepada Bapak tentang bangunan yang akan dibelinya, apakah akan membeli sendiri atau memesan. Kemudian Bapak menasihati yang penting datang dulu saja ke UD Jati Nilna Fauz.

Tuturan (23) A : ***Sing penting teka dhisit bae neng UD Jati Nilna Fauz!***
 ‘Yang penting datang dulu saja ke UD Jati Nilna Fauz!’

(Iklan UDJNF/23)

Tuturan *Sing penting teka dhisit bae neng UD Jati Nilna Fauz!* ‘Yang penting datang dulu saja ke UD Jati Nilna Fauz!’ adalah tuturan persuasif. Tuturan persuasif tersebut disampaikan penutur kepada mitra tutur. Penutur menasihati mitra tutur jika ingin membeli bahan bangunan, yang penting datang dulu saja ke UD Jati Nilna Fauz. Penutur berusaha mengarahkan mitra tutur agar yang terpenting mitra tutur datang dulu ke UD Jati Nilna Fauz. Usaha yang dilakukan penutur melalui tuturan yang berusaha menasihati dan mengarahkan mitra tutur adalah persuasi. Persuasi bertujuan agar mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki penutur pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang.

Berdasarkan ciri formalnya, kalimat perintah memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita dan kalimat tanya. Secara lisan

tuturan perintah ditandai dengan pola intonasi perintah. Pola intonasi kalimat perintah adalah 2 3// 2 1↓. Hal tersebut tercermin pada tuturan berikut ini.

- (23a) *Sing penting teka dhisit bae neng UD Jati Nilna Fauz!*

2 3// 2 3// 2 3// 2 3// 2 1↓

‘Yang penting datang dulu saja ke UD Jati Nilna Fauz!’

Tuturan di atas merupakan tuturan yang berupa kalimat perintah ditandai oleh pola intonasi perintah yaitu 2 3// 2 1↓ pada satuan lingual *UD Jati Nilna Fauz!* ‘*UD Jati Nilna Fauz!*’

Fungsi tuturan persuasif tersebut adalah menasihati. Penanda fungsi menasihati tersebut pada satuan lingual *sing penting teka dhisit bae* ‘Yang penting datang sulu saja’. Maksud tuturan persuasif tersebut adalah penutur menasihati mitra tutur bahwa jika ingin membeli bahan bangunan datang ke UD Jati Nilna Fauz. Tujuan tuturan persuasif tersebut adalah supaya mitra tutur membeli bahan bangunan di UD Jati Nilna Fauz.

BAB 5 **PENUTUP**

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dideskripsikan, analisis jenis dan fungsi tuturan persuasif dalam iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal dapat disimpulkan sebagai berikut ini.

1. Jenis tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio di Tegal yaitu jenis tuturan yang berupa kalimat berita, kalimat tanya dan kalimat perintah.
2. Fungsi tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal terbagi menjadi enam yaitu fungsi meyakinkan, mengingatkan, menyuruh, melarang, mengajak, dan menasihati. Hal ini sangat penting karena bahasa iklan audio di Radio memerlukan bahasa yang persuasif untuk bisa meyakinkan pendengar.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini bagi pembaca dapat dijadikan sebagai pengetahuan tambahan mengenai bahasa Jawa pada bidang pragmatik khususnya tindak tutur direktif yaitu pada tuturan persuasif. Kaitannya dengan pembelajaran bahasa, penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan komunikasi penutur menjadi lebih baik dalam mempengaruhi, meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki penutur dengan menggunakan tuturan persuasif. Oleh karena itu, pembelajaran bahasa mengenai bahasa persuasif dapat teraplikasi dengan baik oleh penuturnya di kehidupan nyata.

Bagi para pembuat iklan, hasil penelitian ini memperkaya jenis dan fungsi tuturan persuasif iklan di radio. Oleh karena itu, dapat menjadi rujukan bagi para pembuat iklan dalam menulis iklan. Bagi para pengguna iklan, hasil penelitian ini menjadikan pengguna iklan lebih kritis dalam menyikapi iklan, sehingga lebih bijak dalam menentukan pilihan konsumsi.

C. Saran

Bagi para peneliti, penelitian tentang tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal masih sangat sederhana dan memiliki banyak kekurangan. Oleh sebab itu, dapat dilakukan penelitian lebih dalam mengenai tuturan persuasif pada iklan di radio, misalnya prinsip-prinsip persuasi iklan serta teknik-teknik persuasi iklan yang kesemuanya itu merupakan usaha untuk mendalami bahasa.

Bagi para pembuat iklan, penelitian tentang tuturan persuasif iklan berbahasa Jawa pada radio Pop FM 97,7 FM Tegal dapat menjadi rujukan dalam membuat iklan menjadi lebih inovatif sehingga dapat menarik minat konsumen. Bagi para pengguna iklan, hasil penelitian ini dapat menjadikan pengguna iklan lebih bijak dalam menentukan pilihan konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, E. Zaenal dkk. 1992. *Pemakaian Bahasa dalam Iklan dan Papan Reklame*. Jakarta: Pusat penelitian dan pengembangan bahasa indonesia.
- Cahyono, B. Y. 1995. *Kristal-kristal Ilmu Bahasa*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustin. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, Gorys. 2007. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Malik, Deddy Djamaruddin dan Iriantara. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, 2005. *Kajian Wacana; Teori, Metode & Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Mulyawan, I Wayan. 2010. *Hipersemiotika Periklanan (Analisis Praktis)*. Denpasar: Udayana University Press.
- Nababan, P. W. J. 1987. *Ilmu Pragmatik: Teori dan Penerapannya*. Jakarta: Depdikbud.
- Putrayasa, Ida Bagus. 2009. *Jenis Kalimat Bahasa Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Ramlan, M. 1987. *Ilmu Bahasa Indonesia: Sintaksis*. Yogyakarta: C.V. Karyono.
- Oka, M. D. D. 1993. *The Principles of Pragmatics (G leech. Terjemahan)*. Buku Asli Diterbitkan Tahun 1983. Amsterdam: Longman Group Limited.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- , 1998. *Metode Linguistik Bagian Kedua Metode dan Aneka Teknik Pengumpulan Data*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Suhardi. 2008. *Sintaksis*. Yogyakarta. UNY Press.
- Sunarjo dan Sunarjo, S. D. 1983. *Komunikasi, Persuasi, dan Retorika*. Yogyakarta: Liberty.
- Suparno. 1997. *Dialek Tegal: Kata dan Ungkapan Khusus dalam Konteks*. Purwokerto: CV Harta Prima.
- Swastha, Basu. 1984. *Azaz-azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tarigan, H. G. 1987. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Wijana, I Putu Dewa. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

SUMBER NON PUSTAKA

<http://www.wikipedia.com/Bahasa Jawa Tegal - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.htm> diakses pada 29 Februari 2012 pukul 10.47.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel 2. Analisis Data Jenis dan Fungsi Tuturan Persuasif Iklan Berbahasa Jawa Pada Radio Pop FM 97,7 FM Tegal

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
1.	Seorang istri yang menuntut, meminta kepada suami dibelikan <i>meuble</i> dan kursi karena sang suami pernah berjanji mau membelikan <i>meuble</i> dan kursi setelah menikah, kemudian sang suami mengajak ke Toko Surya Mas Meuble.	<i>Kalem darling, yuh saiki tak jak maring Toko Surya Mas Meubel!</i>			✓	Mengajak	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Mengajak → <i>yuh</i> ‘ayo’
2.	B bingung mencari pinjaman yang prosesnya cepat, kemudian A mengajak ke KSP Bina Raharja Tegal dengan jaminan syarat yang mudah dan prosesnya cepat.	<i>Yuh ning KSP Bina Raharja Tegal, dijamin syarat mudah prosese cepet!</i>			✓	Mengajak	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Mengajak → <i>yuh</i> ‘ayo’
3.	A memberitahu B ada bakso dan mi pangsit yang rasanya enak. B sudah mengetahui bahkan B menjelaskan nama, alamat, rasa, harga, dan juga bisa menerima pesanan.	<i>Pantesan rasane jos nemen ya Wa?</i>		✓		Meyakinkan	Intonasi tanya → [2] 3// [2] 3 2↑ Meyakinkan → <i>pantesan</i> ‘pantas’ memastikan bahwa B juga membenarkan apa yang dirasakan A

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
4.	A menyuruh B untuk segera makan bakso di Pondok Bakso Super Boy.	<i>Aja kesuwen, pada mbakso neng Bakso Super Boy!</i>			√	Menyuruh	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menyuruh → <i>aja kesuwen</i> ‘jangan lama-lama, segera’
5.	Mas Darto sedang stress karena tidak punya modal untuk menambah dagangan. A menasihati sudah ada Primko Pabri Adiwerna.	<i>Sampeyan kurang gaul sih, kan ana Primko Pabri Adiwerna.</i>	√			Menasihati	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menasihati → <i>kan ana</i> ‘kan ada’
6.	Seorang anak yang ingin jadi perawat setelah lulus SMP, kemudian bapaknya menyuruh ke SMK Farmasi Saka Medika Program Keperawatan	<i>Ning SMK Farmasi Saka Medika wis ana Program keperawatane Nok..</i>	√			Menyuruh	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menyuruh → menyuruh dengan halus
7.	A bingung mencari kain yang bagus dan lengkap, kemudian Si B mengajak dan mengantar A ke Toko Hidup Tekstil	<i>Gagian tak anter ning Toko hidup tekstil!</i>			√	Mengajak	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Mengajak → <i>tak anter</i> ‘saya antar’ ‘mengajak’

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
8.	Ibu yang mendengar kabar kalau di Balamoia ada kaplingan murah. Kemudian si Bapak membenarkan berita tersebut dan meyakinkan kabar tersebut adalah kaplingan Al-Fauz dengan menjelaskan harga, ukuran kapling, cara membelinya.	<i>Kuwe tah arane kaplingan Al Fauz, regane awit 25-40 juta ukurane kyeh setiap kapling padha bae.</i>	√			Meyakinkan	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Meyakinkan → <i>kuwe tah</i> ‘itu sih’
9.	Ibu yang menanyakan kepada Bapak tentang bangunan yang akan dibelinya, apakah akan membeli sendiri atau memesan. Kemudian Bapak menasihati yang penting datang dulu saja ke UD Jati Nilna Fauz.	<i>Sing penting teka dhisit bae neng UD Jati Nilna Fauz.</i>			√	Menasihati	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menasihati → <i>sing penting</i> ‘yang penting’
10.	A menanyakan tempat untuk membeli oleh-oleh haji kepada Bu haji yang barang-barangnya bagus, murah, dan komplit. Kemudian Bu haji menyuruh untuk mendatangi Toko Al-Fauz	<i>Sampeyan gari teka bae neng Toko Al-Fauz sing alamate neng Banjaran ana tugu teh botol ngetan, antarane 1 km lah, luwih tepate sebelah wetan UD Jati Nilna Fauz.</i>	√			Menyuruh	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menyuruh → <i>gari teka bae</i> ‘tinggal datang saja’

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
11.	B menasihati jika membeli di Toko Al-Fauz akan mendapatkan beberapa keuntungan.	<i>Sampeyan angger blanja neng Toko Al-Fauz bisa olah korting, undian umroh utawa haji gratis, Bu.</i>	√			Menasihati	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menasihati → angger ‘kalau’
12.	Kang Parjo yang penasaran karena Yu Jenab memborong material komplit yang akan digunakan untuk membangun rumahnya.	<i>Material apa bae ana, kaya kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, kramik, batu alam, lan liya-liyane.</i>	√			Meyakinkan	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Meyakinkan → Meyakinkan bahwa Toko Firdaus jaya mempunyai material yang komplit
13.	Narator mengajak pendengar untuk datang ke Toko Besi Firdaus Jaya jika membeli material.	<i>Hayuh teka bae maring Toko Besi Firdaus Jaya, wis komplit!</i>			√	Mengajak	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Mengajak → <i>yuh</i> ‘yuk, ayo’

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
14.	Narator meyakinkan pendengar mengenai mutu dan kualitas barang material di Toko Besi Firdaus Jaya.	<i>Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomer satu.</i>	√			Meyakinkan	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Meyakinkan → meyakinkan mutu dan kualitas
15.	Narator menyuruh pendengar untuk segera memborong material di Toko Besi Firdaus Jaya.	<i>Wis, aja kesuwen gagian mborong material neng Toko Besi Firdaus Jaya!</i>			√	Menyuruh	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menyuruh → <i>aja kesuwen, gagian</i> ‘jangan lama-lama, segera’
16.	A sedang stress memikirkan biaya sekolah anak karena sawahnya belum bisa dipanen. Kemudian B mengajak ke Primko Free 17 Balamo Tegal.	<i>Urip pisan ka aja digawe mumet, kyeh ning Prinko Feri 17 Balamo Tegal.</i>			√	Menyuruh	Intonasi Perintah → 2 3// 2 1↓ Menyuruh → Menyuruh Meminjam Ke Prinko Feri 17 Balamo

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
17.	A meminta dinikahi B, tetapi B belum mempunyai uang. A menasihati B supaya tidak bingung lagi dan menyarankan untuk meminjam ke KSP Loh Jinawe Slawi.	<i>Keder-keder temen, nyilih bae neng KSP Loh Jinawe.</i>			√	Melarang	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Melarang → <i>keder-keder temen</i> ‘jangan bingung, tidak usah bingung’
18.	B yang sedang bingung mencari modal untuk memperbesar usahanya datang kepada A. Kemudian A menasihati supaya tidak usah bingung karena bisa meminjam di Primko Free 17 Balamoa	<i>Teka bae neng Primko Free 17 Balamoa. Wis, sampeyan mesthi dibantu modhal.</i>			√	Menyuruh	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menyuruh → <i>teka bae</i> ‘datang saja’
19.	Narator menyuruh pendengar mengajukan pinjaman modal untuk mengembangkan usaha ke Kospin Gama.	<i>Ngajugna bae ning Kospin Gama, bunga bersaing, aman!</i>			√	Menyuruh	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menyuruh → menyuruh mengajukan pinjaman

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
20.	A yang datang membeli ke toko B, tetapi ada beberapa barang yang diminta B tidak ada (barang-barangnya kurang lengkap). Kemudian A menyarankan, menasihati untuk mengembangkan usahanya dengan meminjam modal di Kospin Gama dengan memberitahukan keunggulan-keunggulan jika meminjam di Kospin Gama.	<i>Ning Kospin Gama bae, dijamin ora ribet, angsurane ringan, siji maning Kospin Gama saiki buka unit pelayanan ning Slawi.</i>			√	Menasihati	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menasihati → menasihati untuk meminjam modal ke Kospin Gama
21.	Ibu yang mengeluh kepada Bapak karena paping yang baru dipasang di rumahnya sudah lumutan dan pecah. Kemudian Ibu mengingatkan, pasti membelinya bukan di Tegel Sultan Agung.	<i>Eh.. mesthi dudu ning Sultan Agung kyeh, mulane ora hebat sih, iya oya Pak?</i>		√		Mengingatkan	Intonasi tanya → [2] 3// [2] 3 2↑ Mengingatkan → <i>mesthi dudu</i> ‘pasti bukan’
22.	Ibu yang mengeluh kepada Bapak karena paping yang baru dipasang di rumahnya sudah lumutan dan pecah. Kemudian Ibu mengingatkan, pasti membelinya bukan di Tegel Sultan Agung.	<i>Pesen maning mana neng Tegel Sultan Agung wis mesthi beres!</i>			√	Menyuruh	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menyuruh → <i>mana</i> ‘sana’

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
23.	A yang terpesona dengan busana yang dipakai B. Kemudian B memberitahu bahwa busana yang Ia pakai beli di Toko Busana Zakiya dan B menasihati A jika ingin penampilannya keren seperti B datang ke took tersebut.	<i>Pokoke angger pengin penampilan keren, mana bae jeng!</i>			√	Menasihati	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menasihati → <i>angger</i> ‘jika’
24.	Ibu yang bingung memilih toko mebel Kemudian Bapak meyakinkan bahwa toko mebel yang sudah terkenal dimana-dimana adalah Toko Mebel Berkah Jaya, tidak ada yang lain.	<i>Toko mebel sing wis jelas terkenal maring endi-endi ya Toko Mebel Berkah Jaya, laka liyane.</i>	√			Meyakinkan	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Meyakinkan → <i>wis jelas</i> ‘sudah jelas’
25.	Narator meyakinkan pendengar bahwa toko perkakas rumah tangga yang komplit adalah Toko Mebel Berkah Jaya	<i>Bener nemen kweh, Toko mebel paling terkenal, paling komplit, ya Toko Mebel Berkah Jaya.</i>	√			Meyakinkan	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Meyakinkan → <i>bener nemen kweh</i> ‘betul sekali itu’
26.	Narator meyakinkan pendengar bahwa Toko Meubel Berkah Jaya, toko meubel yang komplit.	<i>Barang kualitas apa bae ana, kursi lemari dipan, wis pepek pokoke!</i>			√	Meyakinkan	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Meyakinkan → meyakinkan berbagai pilihan barang yang ada di toko tersebut

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
27.	A kebingungan karena kehabisan modal dan hasil dari dagangannya, kemudian B menyuruh ke Primko Free 17 USP Bumiharja.	<i>Ning Primko Feri 17 Bumiharja.</i>	√			Menyuruh	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menyuruh → menyuruh untuk meminjam
28.	A yang kebingungan mencari modal untuk berdagang, kemudian B menasihati untuk pinjam di Primko Free 19 Jatibarang.	<i>Mulane sampeyan ning Primko Free 19 Jatibarang, bakal saporete.</i>	√			Menasihati	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menasihati → bisa ning ‘bisa ke’
29.	Nok bingung mau kerja apa setelah menyelesaikan sekolahnya. Mak menyuruh untuk datang ke PT. Citra Kartini Mandiri.	<i>Kiyeh, teka bae maring PT. Citra Kartini Mandiri, pusat penyalur tenaga kerja dalam negeri!</i>			√	Menyuruh	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Menyuruh → teka bae ‘datang saja’
30.	A yang mengungkapkan kekagumannya atas obat kuat yang digunakannya. A meyakinkan B bahwa Obat Kuat Chelsea membuat kuat dan tahan lama.	<i>Obat Kuat Chelsea, gawe aku kuat lan tahan lama, pokoke Jos!</i>			√	Meyakinkan	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Meyakinkan → pokoke ‘Pokoknya’

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
31.	Bapak kebingungan mencari toko untuk membeli snack dan krupuk ketika nanti anaknya sunatan. Kemudian Ibu menenangkan dan menasihati Bapak kalau sudah dibuka pusat penjualan macam-macam snack dan krupuk.	<i>Oh..kalem Pak, wis dibuka pusat penjualan macam-macam krupuk dan snack Pak In Glondhong.</i>	√			Menasihati	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menasihati → menasihati jika membeli snack dan krupuk di Pak In Glondhong.
32.	Ibu yang marah karena Ayu meminta dibelikan kalung lagi. Ayu meminta dibelikan lagi karena kalung yang baru saja dibelikan ibunya sudah pudar warnanya. Bapak menasihati bahwa jika membeli kalung di Toko Mas Srikadi Banjaran yang kualitasnya bagus.	<i>Nah...sampeyan tukune salah, toko mas kualitase apik ya Toko Mas Srikadi Banjaran laka lawan.</i>	√			Menasihati	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menasihati → menasihati jika membeli kalung di Toko Mas Srikandi.
33.	A sedang menyanyi karena kegembiraanya meminjam uang ke Primko Pabri USP Slawi. Kemudian si B tertarik dan langsung pergi ke Primko Pabri USP Slawi.	<i>Enyong cinta, Enyong dhemen, ning Primko Pabri USP Slawi.nyilih dhuwit ora sulit, ora ribet, malah cepet.</i>	√			Mengajak	Intonasi berita → [2] 3// [2] 3↓ Menyakinkan → meyakinkan keuntungannya jika meminjam di Primko Pabri USP Slawi.

No.	Konteks Tuturan	Tuturan Persuasif	Jenis Tuturan			Fungsi	Keterangan
			Berita	Tanya	Perintah		
34.	B menanyakan gitar yang dipegang A. A mengatakan gitarnya beli di Toko Kresna Dewi. A menunjukkan jika membeli gitar di Toko Kresna Dewi, jangan sampai salah masuk toko lain.	<i>Kyeh, aja nganti salah manjing toko liyane!</i>			√	Melarang	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Melarang → <i>aja</i> ‘jangan’
35.	A batuk tidak berhenti-berhenti, kemudian B melarang untuk tidak merokok lagi, dan B menyarankan untuk memeriksakan kesehatan A ke puskesmas	<i>Aja udud bae sih Pak!</i>			√	Melarang	Intonasi perintah → 2 3// 2 1↓ Melarang → <i>aja</i> ‘jangan’

Keterangan:

- √ : tanda √ menunjukkan adanya salah satu jenis tuturan persuasif
- ↓ : tanda ↓ pada kalimat berita menunjukkan intonasi akhir bernada turun
- ↓ : tanda ↓ pada kalimat perintah menunjukkan intonasi akhir rendah
- ↑ : tanda ↑ pada kalimat tanya menunjukkan intonasi akhir naik

Lampiran 2.

TRANSKRIP IKLAN BERBAHASA JAWA PADA RADIO POP FM

97,7 FM TEGAL

1. Iklan Toko Surya Mas Mebel

- A : *Kang.., Nyong ra kuat yen kaya kiye terus. Nyong njaluk pegaslah!. Nyong, sampeyan, tugel!*
‘Mas.., Saya tidak kuat kalau begini terus. Saya minta cerai!. Saya, Kamu, putus!’
- B : *Darling.., aja kaya kuwe o.. bisane ujug-ujug njaluk pegas?*
‘Sayang.., jangan seperti itu.. kenapa tiba-tiba minta cerai?’
- A : *Ah, jarene dhong wis kawinan pan tuku mebel karo springbed sing mbapuke kaya enyong kyeh. Ndi buktine?*
‘Ah, katanya kalau sudah nikahan akan membeli mebel dan *springbed* yang mbahenol seperti saya ini. Mana buktinya?’
- B : *Kalem darling, yuh saiki tak jak maring toko Surya Mas Mebel!*
‘Tenang sayang, yuk sekarang saya ajak ke toko Surya Mas Mebel!’

2. Iklan KSP Bina Raharja Tegal

- A : *sampeyan wira wiri bae sih Yu, kaya setrikaan*
‘Anda bolak-balik saja sih Mbak, seperti setrikaan’
- B : *iya Yu, aku lagi luruh pinjaman keh sing kayong cepet be kayong angel nemen.*
‘iya Mbak, saya sedang mencari pinjaman ini yang cepat kok susah sekali’
- A : *yuh, ning KSP Bina Raharja Tegal dijamin syarat mudah prosese cepet!*
‘Yuk, ke KSP Bina Raharja Tegal dijamin syarat mudah prosesnya cepat!’

3. Iklan Bakso Super Boy

- A : *coy, ente wis ngerti durung?*
‘Coy, kamu sudah tahu belum?’
- B : *apa?*
‘apa?’
- A : *yen neng Bedug ana pondok bakso karo mi pangsit rasane jos nemen!*
‘kalau di Bedug ada pondok bakso karo mi pangsit rasane jos nemen!’
- B : *oh.., kuwe tah Bakso Super Boy oh wa. Singadol bakso arane Slamet Boy mulane ka diarani Bakso Super Boy wa. Tempate neng*

Banjaran ngetan, ngarepe SMK Bakti Praja Pegirikan kidul gili madhep ngalor.

‘oh, itu sih Bakso Super Boy Pak. Yang jual bakso namanya Slamet Boy makanya diberi nama Bakso Super Boy Pak. Tempatnya di Banjaran ke timur, depan SMK Bakti Praja Pegirikan sebelah selatan jalan menghadap ke utara’

- A : *wah bener kuwe coy, Bakso Super Boy regane kena nggo seduluran, rasane ya kena nggo seduluran. Wong neng Jakarta be ana cabange pirang-pirang, Bakso Super Boy juga bisa menerima pesanan*
 ‘wah, benar itu coy, Bakso Super Boy harganya bisa untuk persaudaraan, rasanya juga bisa untuk persaudaraan. Di Jakarta juga ada cabangnya banyak, Bakso Super Boy juga bisa menerima pesanan’
- B : *pantesan rasane jos nemen ya wa?*
 ‘Pantas rasanya jos sekali ya Pak?’
- A : *Aja kesuwen, pada mbakso neng Bakso Super Boy!*
 ‘jangan lama-lama, makan bakso di Bakso Super Boy!’
- B : *okelah kalo begini*

4. Iklan Prinko Pabri Adiwerna

- A : *Mas Darto, bisane mlaku sadawane dalam?*
 Mas Darto, kenapa berjalan sepanjang jalan?’
- B : *Aku lagi stres nemen ya pan nambahi dagangan*
 ‘Saya sedang stres sekali ya mau menambahi dagangan’
- A : *Sampeyan kurang gaul sih, kan ana Prinko Pabri Adiwerna, saiki wis buka anyar Prinko Pabri Lebaksiu*
 ‘Anda kurang gaul sih, ka nada Prinko Pabri Adiwerna, sekarang sudah buka baru Prinko Pabri Lebaksiu’

5. Iklan SMK Farmasi Saka Medika

- A : *Nok, Nok, pan nglanjutna ning endi bar SMP?*
 ‘Nak, Nak, mau melanjutkan kemana setelah SMP?’
- B : *Aku pengin nemen dadi perawat Pak!*
 ‘Aku ingin sekali menjadi perawat, Pak!’
- A : *Ning SMK Farmasi Saka Medika saiki wis ana Program keperawatanane,Nok.*
 ‘Di SMK Farmasi Saka Medika sekarang sudah ada program keperawatannya, Nak’

6. Iklan Toko Hidup tekstil

- A : *Gagian o Mit, Aku lagi keder keh pan tuku bahan klambi sing apik trus sing lengkap ning endi ya?, disawang kepenak, angger klambine apik kan awake dhewek bakal diregani uwong.*

‘Cepeten dong Mit, Saya sedang bingung ini mau beli bahan baju yang bagus terus yang lengkap dimana ya?, dilihat nyaman, kalau bajunya bagus kan, akan dihargai orang lain’

- B : *Gagian tak anter ning Toko Hidup Tekstil*
 ‘Cepetan aku antar ke Toko Hidup Tekstil’

7. Iklan Kaplingan Al-Fauz

- A : *Pak, jare neng Balamoa ana kaplingan murah, regane 25-40 jutanan.*
 ‘Pak, katanya di Balamoa ada kaplingan murah
- B : *sing neng lore Pasar Balamoa?*
 ‘di utara Pasar Balamoa?’
- A : *kuwe tah arane kaplingan Al-Fauz, regane awit 25-40 juta. Luase kyeh setiap kapling padha bae*
 ‘itu sih namanya Kaplingan Al-Fauz, harganya dari 25-40 juta.
 Luasnya itu setiap kapling sama’
- A : *pira Pak?*
 ‘Berapa Pak?’
- B : *rai 9 dawane 12 m*
 ‘Lebar 9, panjang 12 m’
- A : *wues beres oh Pak, terus cara tukune pimen?*
 ‘wues beres itu Pak, terus cara belinya bagaimana?’
- B : *langsung telpon bae neng 085786000307, atawa maring kantor arane kaplingan Al-Fauz sing sebelah wetane SMK Bakti Praja Pegirikan desa Bedug sampinge U.D Jati Nilna Fauz*
 Langsung telpon saja di 085786000307, atau ke kantor namanya Kaplingan Al-Fauz sebelah timur SMK Bakti Praja Pegirikan desa Bedug samping UD Jati Nilna Fauz’
- A : *e e e, hebat ya Pak ya. Terus cara pembayaran kaplingane pibe Pak?*
 ‘e e e, hebat ya Pak ya. Terus cara pembayaran kaplingnya bagaimana Pak?’
- B : *DP 5 juta, bisa langsung cash dicicil sampe 3 wulan, juga bisa kredit, sertifikat kartu namane dhewek bu*
 DP 5 juta, bisa langsung cash dicicil sampai 3 bulan, juga bisa kredit, sertifikat kartu namanya sendiri Bu’
- A : *iyaa*
 ‘iyaa’
- B : *kaplinge juga ora akeh, kur 40 kapling, kuwe be wis ana sing payu. Oya Bu, sekalian tanggane diajak ya mbokan gelem tuku mengko, dhewek olih dhuwit makelaran oh bu*
 ‘Kaplingnya juga tidak banyak, hanya 40 kapling, itu juga sudah ada yang laku. Oya Bu, sekalian tetangga diajak ya barangkali mau beli, nanti dapat uang makelaran oh Bu’
- A : *oh beres Pak, aja klalen dhuwite digawa ya, mbokan ana sing cocog dadi ora sah bolak-balik maning*

‘oh beres Pak, jangan lupa uangnya dibawa ya, barangkali ada yang cocok jadi tidak usah bolak-balik lagi’

8. Iklan U.D Jati Nilna Fauz

- A : *Pak, Pak, sida pan tuku bangunan?, niate pan tuku kayu dhewek apa pan pesen?*
 ‘Pak, Pak, jadi mau membeli bangunan?, niatnya mau beli kayu sendiri apa mau pesan?’
- B : *sing penting teka ndhisit bae neng U.D Jati Nilna Fauz. Gari milih. pan tuku kayune ya bisa, pan pesen jrumpul karo pintune ya bisa. Jaminan kayune apik-apik, murah regane, tuli garansi. Kayu jatine sering nggo langganan wong Brebes karo wong Sidakaton, Sidapurna, Kaligangsa, trus wong Tegalsari sing padha gaweni kapal.*
 ‘yang penting datang dulu saja ke UD Jati Nilna Fauz. Tinggal pilih mau beli kayunya juga bisa, mau pesan jrumpul dan kayunya juga bisa. Jaminan kayunya bagus-bagus, murah harganya, juga bergaransi. Kayu jatinya sering untuk langganan orang Brebes dan orang Sidakaton, Sidapurna, Kaligangsa, terus orang Tegalsari yang suka membuat kapal’
- A : *berarti kuwe jatine Pak Haji Ozan oh. Yuh Pak aja kesuwen oh.*
 ‘berarti itu jatinya Pak Haji Ozan ya. Yuk Pak jangan lama-lama ya’
- B : *Aja klalen oh, duite digawa*
 ‘jangan lupa ya, uangnya dibawa’
- A : *iya, iya*
 ‘iya, iya’
- B : *mbokan ana sing cocog dadine ora sah bolak-balik maning*
 ‘barangkali ada yang cocok jadi tidak usah bolak-balik lagi’
- A : *okelah kalo begitu*
 ‘okelah kalau begitu’

9. Iklan Toko Perlengkapan Haji Al-Fauz

- A : *Bu Kaji, pan melu takon. Lagi sampeyan belanja oleh-oleh haji neng endi?, sing barange apik-apik, murah, trus komplit.*
 ‘Bu Kaji, mau bertanya. Waktu Anda belanja oleh-oleh haji dimana? Yang barangnya bagus-bagus, murah, terus komplit’
- B : *sampeyan gari teka bae neng toko Al-Fauz sing alamate neng Banjaran, ana tugu teh botol, ngetan, antarane 1 km-lah, luwih tepate sebelah wetan U.D Jati Nilna Fauz*
 ‘Anda tinggal datang saja ke toko al-Fauz yang alamatnya di Banjaran, ada tugu the botol, ke timur, antara 1 km lah, lebih tepatnya sebelah timur UD Jati Nilna Fauz’
- A : *kuwe tah gene Haji Ozan oh*
 ‘itu sih punya Haji Ozan ya’

- B : *bener, barange kiye sering nggo langganan wong sing padha mangkat kaji, THR-an karyawan, bakul-bakul be padha kulakan mana ka*
 ‘benar, barangnya itu sering untuk langganan orang yang mau naik haji, THRan karyawan, pedagang-pedagang juga mengambil barang disana kok’
- A : *oh berarti regane grosir Bu Kaji?*
 Oh berarti harga grosir Bu Kaji?’
- B : *Toko Al-Fauz grosiran tapi bisa ngecer, barange murah, komplit, trus sampeyan angger belanja neng Toko al-Fauz ya bisa olah korting karo umroh utawa haji. Dadi sampeyan bisa umroh utawa haji gratis bu.*
 ‘Toko Al-Fauz grosiran tapi bisa ngecer, barangnya murah, komplit, terus Anda kalau belanja di Toko Al-Fauz bisa dapat korting dan umroh atau haji. Jadi Anda bisa umroh atau haji gratis Bu’
- A : *aku tak langsung mana kyeh, karo ngajak sedulur, tur tanggane aku sing padha mangkat kaji*
 ‘aku langsung kesana saja ini, sambil mengajak saudara, juga tetangga saya yang mau berangkat haji’
- B : *moga dadi haji yang mabruk Bu*
 ‘semoga menjadi haji yang mabruk Bu’

10. Iklan Toko Besi Firdaus Jaya

- A : *yu jenab pentol ah, mboronggi material bae, kas olah dhuwit semilyar, yu?*
 ‘Mbak Jenab jempol ah, memborong material terus, baru dapat uang semilyar Mbak?’
- B : *mumpung ana rejeki kang Parjo, agi-agi umahe cepet ngadheg toli bombong*
 ‘Mumpung ada rejeki Mas Parjo, cepat-cepat rumahnya cepat jadi sudah lega’
- A : *ngemeng-ngemeng mborong materiale neng endi yu komplit nemen’*
 ‘Ngomong-ngomong memborong material dimana Mbak komplit sekali?’
- B : *ya neng toko besi firdaus jaya o kang, sing dodol arane kang Dasuki. Material apa bae ana, kaya kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, keramik, batu alam, lan liyaliyane*
 ‘Ya di Toko Besi Firdaus Jaya o Mas, yang jual namanya Mas Dasuki. Material apa saja ada, seperti kayu usuk dolken, reng rebo, cat komplit, genteng soka jati wangi, keramik, batu alam, dan lain-lainnya.

Narrator : *bener kuwe sedulur, pan tuku material?, Yuh teka bae maring Toko Besi Firdaus Jaya. Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomer satu. Wis, aja kesuwen gagian mborong material ning Toko Besi Firdaus Jaya.*

‘benar itu saudara, mau membeli material?, Yuk, datang saja ke Toko Besi Firdaus Jaya. Toko Besi Firdaus Jaya, barang material bermutu kualitas nomer satu. Sudah, jangan lama-lama cepetan memborong material di Toko Besi Firdaus Jaya’

11. Iklan Primko Feri Balamoia Tegal

A : *kuntrak-kuntruk, mikir apa donge neng?, negara wis ana sing mikir ka, aja kuwatir*

‘Kuntrak-kuntruk, memikirkan apa Mbak?, Negara sudah ada yang mikir kok, tidak usah khawatir’

B : *haaaaah, sirahe mumet nemen kyeh kayong kopyor, uteke nyawah durung panen kaya kiye, wayah sekolah bocah maning, dhuwit sing endi kang?*

‘haaaaah, kepalanya pusing sekali seperti kopyor, belum panen, waktunya sekolah anak lagi, uang dari mana Mas?’

A : *urip pisan ka aja digawe mumet, eman-eman.*

Hayuh meneh tak ater neng Prinko Feri 17 Balamoia Tegal. Pinjemane bisa nggo petani, wong dagang, pegawai, utawa karyawan sing duwe gaji bulanan, dijamin cepet tanpa ribet.

‘Hidup sekali jangan dibuat pusing, sayang.

Ayo sini saya antar ke Prinko Feri 17 Balamoia Tegal. Pinjamannya bisa untuk petani, pedagang, pegawai, atau karyawan yang mempunyai gaji bulanan, dijamin cepat tanpa ribet’

12. Iklan KSP Loh Jinawe Slawi

A : *oh cempluk, nyong cinta mati kowen sung*
‘Oh Cempluk, saya cinta mati sama kamu, sumpah’

B : *lah mbuhlah bosen nemen iz, awit mbiyen sampe saiki ngomonge cinta-cinta bae, kapan le nyong dikawin?*

‘lah gak tau lah bosen sekali, dari dulu sampai sekarang bilang cinta-cinta terus, kapan saya dikawin?’

A : *lha enyong durung duwe dhuwit sih pimen?*
‘lha saya belum punya uang, bagaimana?’

B : *keder-keder temen, nyilih bae neng KSP Loh Jinawe Slawi, wingi be Lik Tukija bar nyilih dhuwit nggo modal buka warung ka*

‘bingung-bingung amat, pinjam saja ke KSP Loh Jinawe Slawi, kemarin Paman Tukija baru meminjam uang untuk modal buka warung kok’

13. Iklan Primko Free 17 Balamoa

- A : *monggo yu disambi*
 ‘Silakan Mbak disambi’
- B : *iya makasih yu, dina kiye lagi puasa*
 ‘iya makasih Mbak, hari ini sedang puasa’
- A : *saiki puasa terus*
 ‘Sekarang puasa terus’
- B : *ya itung-itung nabung akhirat karo dhuwit blanja, pan nggedhekna usaha ka angel nemen. Luruh pinjaman modhal mena-mene ora olih-olih*
 ‘Ya untung-untung nabung untuk akhirat dan uang belanja, mau mengembangkan usaha kok suasah sekali. Cari pinjaman modal kesana-kemari tidak dapat-dapat’
- A : *teka bae neng Primko Free 17 Balamoa, wis sampeyan mesthi dibantu modhal*
 ‘datang saja ke Primko Free 17 Balamoa, sampeyan pasti dibantu modal’
- B : *ya wis, aku langsung mana bae, kiye wedhange tak nung ya yu*
 ‘Ya sudah, aku langsung kesana saja, ini minumnya saya minum ya Mbak’
- A : *pibe, jare puasa*
 ‘Gimana, katanya puasa’

14. Iklan Toko Kresna Dewi

- A : *begadang jangan begadang... (Nyanyi)*
 ‘begadang jangan begadang’ (nyanyi)
- B : *keren nemen ah..*
 ‘keren sekali ah’
- A : *hahaha, trimakasih trimakasih, pancen suarane nyong keren nemen, ngerti*
 ‘hahaha, terimakasih, terimakasih, memang suaraku keren sekali, mengerti’
- B : *dudu suarane ente, tapi gitare. Olih nyilih neng endi?*
 ‘bukan suaramu, tapi gitarnya. Dapat pinjaman dimana?’
- A : *sembarang, gitare nyong olih tuku neng Toko Kresna Dewi koh Kyeh, aja nganti salah manjing toko liyane. Toko Kresna Dewi anane ning ruko Slawi’*
 ‘sembarang, gitarnya saya beli di Toko Kresna Dewi kok. Nih, jangan sampai salah masuk toko yang lain. Toko Kresna Dewi adanya di ruko Slawi’

15. Iklan Kospin Gama

- A : *spada? Yu mimin..*
 ‘Permisi, Mbak Mimin’
- B : *pan mborong apa?*
 ‘Mau memborong apa?’

- A : *sesuatu deh, kiye yu wis tak tulis kabeh*
 ‘Sesuatu deh, ini Mbak sudah saya tulis semua’
- B : *duh, sing kiye karo sing kiye laka*
 ‘Duh, yang ini dan yang ini tidak ada’
- A : *Pan ngembangna usaha yu?, ning kospin gama bae, dijamin ora ribet, angsurane ringan, siji maning kospin gama saiki buka unit pelayanan ning Slawi*
 ‘mau mengembangkan usaha Mbak?, ke Kospin Gama saja, dijamin ora ribet, angsurannya ringan, satu lagi Kospin Gama sekarang sudah buka unit pelayanan di Slawi’
- Narrator : *sampeyan butuh modhal nggo ngembangna usaha?.*
Ngajugna bae ning kospin gama, bunga bersaing, aman.
Carane gampang, pelayanane ramah, prosese cepet ora usah ngantri soale nganggo online.
 ‘Anda butuh modal untuk mengembangkan usaha?. Ajukan saja ke Kospin Gama, bunga bersaing, aman. Caranya mudah, pelayanannya ramah, prosesnya cepat tidak usah mengantri karena bisa *online*’

16. Iklan Tegel Sultan Agung

- A : *Pak, Pak, kiye dileng Pak. Masa paping tembe pasang wingi wis lumutan kaya kiye, padha pecah-pecah maning, donge tukune neng endi Pak?*
 ‘Pak, Pak, ini lihat Pak. Masa paping baru pasang kemarin sudah lumutan seperti ini, sudah pecah-pecah lagi, beli dimana Pak?’
- B : *kae lo Bu, ning toko kae*
 ‘itu lo Bu, di toko itu’
- A : *eh...,mesthi dudu ning Sultan Agung kyeh, mulane ora hebat sih, iya oya Pak?. Pesen maning mana neng Tegel Sultan Agung wis mesthi beres!*
 ‘eh..., pasti bukan di Sultan Agung ya, saolnya tidak hebat sih, iya kan Pak?. Pesen lagi sana di Tegel Sultan Agung sudah pasti beres!’

17. Iklan Toko Busana Zakiya

- A : *Jeng, ayu nemen yakin nganggo klambi muslimah kaya kuwe, manglingi sung, wangi nemen maning, tukune neng endi donge?*
 ‘Jeng, cantik sekali pakai baju muslimah seperti itu, pangling sumpah, wangi sekali juga, belinya dimana?’
- B : *jelas dhong Jeng, Nyong kiye tukune neng Busana Zakiya. Pokoke angger pengin penampilan keren, mana bae Jeng. Neng jalan gotong royong 1 Balapulang wetan, perek Pasar Balapulang*
 ‘Jelas dong Jeng, saya ini beli di Busana Zakiya. Pokoknya kalau mau penampilan keren, kesana saja Jeng. Ke Jalan gotong royong 1 Balapulang timur, dekat pasar Balapulang’

- A : *iya wis Jeng, nyong pan mana, pan mborong, ben bojone enyong ora lirak-lirik maning ah*
 ‘iya sudah Jeng, saya mau kesana, mau memborong, supaya suamiku tidak lirak-lirik lagi ah’

18. Iklan Toko Meuble Berkah Jaya

- A : *Bu, pan ngendi dhonge kayong rungsang nemen..*
 ‘Bu, mau kemana sebenarnya kenapa panic sekali’
- B : *nyong pan maring mushola Pak, pan ngumumna ben padha krungu kabeh wong sadesa*
 ‘Aku mau ke mushola Pak, mau mengumumkan supaya mendengar semua orang sedesa’
- A : *aja nggawe reg, ngisin-ngisina wong lanang*
 ‘Jangan membuat sesak dada, membuat malu suami’
- B : *ya ora Pak, ibu ke bingung milih toko meble. Wong pan tuku dipan karo meja kursi be kayong laka sing cocog. Kiyeh ben sadesa krungu kabeh ben padha ngein solusi*
 ‘Ya tidak Pak, Ibu itu bingung memilih toko mebel. Mau beli dipan dan meja kursi sepertinya tidak ada yang cocok. Ini supaya sedesa mendengar semua supaya member solusi’
- A : *Alah, kuwe tah cekrem oh bu.*
Toko meble sing wis jelas terkenal maring endi-endi ya Toko Meble Berkah Jaya, laka liyane.
 ‘Alah, itu mudah Bu. Toko mebel yang sudah jelas terkenal dimana mana ya Toko Mebel Berkah Jaya, tidak ada yang lain’
- Narrator : *bener nemen kweh, toko mebel paling terkenal, paling komplit ya Toko Mebel Berkah Jaya. Barang kualitas apa bae ana, kursi, lemari, dipan, wis pepek pokoke!. Regane murah dijamin gudhange akeh. Pembelian di atas 1 juta bisa oleh doorprize, milih dhewek.*
 ‘Betul sekali itu, toko mebel paling terkenal, paling komplit ya Toko Mebel berkah Jaya. barang kualitas apa saja ada, kursi, lemari, dipan, sudah komplit pokoknya!. Harganya murah dijamin gudangnya banyak. Pembelian di atas 1 juta bisa mendapat doorprize, milih sendiri.

19. Iklan Primko Free 17 USP Bumiharjo

- A : *Bu, dagangane tambah pragat sih, gegawa nggo mangan karo keperluan. Delat maning enggal prebegan koh, modhal be ludhes, pan njaluk sapa?*
 ‘Bu, dangannya habis sih, untuk makan dan keperluan. Sebentar lagi persiapan menyambut hari raya, modal ludes, mau minta siapa?’
- B : *ning Primko Feri 17 USP Bumiharjo*
 ‘ke Primko Feri 17 USP Bumiharjo’

20. Iklan Primko Free 19 Jatibarang

- A : *waduh pimen ya?, pingin dagang nemen kyeh. Luruh modhale neng endi?*
 ‘Waduh, bagaimana ya?, ingin berdagang sekali ini. Nyari modalnya dimana?’
- B : *mulane sampeyan ning Primko Feri 19 Jatibarang, bakal saporete.*
 ‘Makanya Anda ke Primko Feri 19 Jatibarang, bakal puas’
- A : *ya’ul cocog nemen kweh*
 ‘betul, cocok sekali itu’

21. Iklan PT Citra Kartini Mandiri

- A : *Nok, Nok, dhaning nglamun bae, wislah ora usah mikiri Tono bae. Esih akeh lanang liyane ka.*
 ‘Nak, Nak, kok melamun saja, sudahlah tidak usah memikirkan Tono saja. Masih banyak lelaki yang lain kok’
- B : *sing mikiri Tono sapa Mak. Nyong lagi bingung koh ya, bar sekolah pan kerja apa Mak?*
 ‘yang mikiri Tono siapa Bu. Aku sedang bingung kok ya, setelah sekolah mau kerja apa Bu?’
- A : *kiyeh, teka bae maring PT Citra Kartini Mandiri, pusat penyalur tenaga kerja dalam negeri*
 ‘Ini, datang saja ke PT Citra Kartini Mandiri, pusat penyalur tenaga kerja dalam negeri’

22. Iklan Obat Kuat Chelsea

- A : *wah, Chelsea hebat nemen sung*
 ‘Wah, Chelsea hebat sekali sumpah’
- B : *ya pentholane MU o..*
 ‘Ya jempolannya MU o..’
- A : *kiye dudu masalah bal-balanan. Obat kuat chelsea, gawe aku kuat lan tahan lama, pokoke jos!*
 ‘Ini bukan masalah bola. Obat kuat Chelsea, membuat aku kuat dan tahan lama, pokoknya jos!’
- B : *delen ya, aku tak nyoba.*
 ‘beneran ya, saya coba’

23. Iklan Pusat Penjualan Snack dan Krupuk

- A : *Bapane, bisane mlongo bae sih Pak, mikir apa?*
 ‘Bapak, kenapa melongo saja sih Pak, mikir apa?’
- B : *kiye Bu, ko yen Hasyim sunat pan blanja jajan karo krupuk anthore neng endi yah?*
 ‘Ini Bu, nanti kalo Hasyim sunat mau belanja makanan ringan dan krupuk antornya dimana ya?’
- A : *oh..., kalem Pak.*

Wis dibuka pusat penjualan macam-macam krupuk dan snack Pak iin glondhong.

‘Oh..., tenang Pak. Sudah dibuka pusat penjualan macam-macam krupuk dan makanan ringan Pak Iin Glondong’

24. Iklan Toko Mas Srikandi

- A : *bocah kudhune njaluk tak grujug banyu salaut apa ya?*
‘ini anak harusnya minta disiram air selaut apa ya?’
- B : *ngawag sampeyan, istighfar, kenengapa donge?*
‘Anda ngawur, istighfar, kenapa memangnya?’
- A : *si Ayu Pak, nembe wingi tak tukokna kalung, eh saiki njaluk tuku maning, jare warnane pudar apa pibe kae*
‘Si Ayu Pak, baru kemarin dibelikan kalung, eh sekarang minta beli lagi, katanya warnanya pudar atau bagaimana itu’
- B : *nah.., sampeyan tukune salah, toko mas kualitase apik ya Toko Mas Srikandi Banjaran, laka lawan.*
‘Nah.., Anda belinya salah, toko mas kualitasnya bagus ya Toko Mas Srikandi Banjaran, laka lawan’

25. Iklan Primko Pabri USP Slawi

- A : *Enyong cinta, Enyong demen, ning Primko Pabri USP Slawi. Nyilih dhuwit, ora sulit, ora ribet, malah cepet. (sambil menyanyi)*
‘Saya cinta, saya suka, di Primko Pabri USP SLawi.’
‘pinjam uang, tidak sulit, tidak ribet, malah cepat’ (sambil menyanyi)
- B : *Temenan Kang?, nyong pan langsung mana ah. Pan nyilih dhuwit nggo nggedhekna usaha, tarik mang..*
‘Beneran Mas? Aku mau langsung kesana ah. Mau meminjam uang untuk mengembangkan usaha. Tarik mang..’

26. Iklan Layanan Masyarakat ‘Dinas Kesehatan Kota Tegal’

- A : *uhuk, uhuk..*
‘Uhuk, uhuk..’
- B : *Pak, Pak, watuk ngiklik temen. Mesthi gara-gara udud.*
‘Pak, Pak, batuk tidak berhenti-berhenti. Mesti gara-gara merokok’
- A : *iya ndean yah*
‘Iya mungkin ya’
- B : *Aja udud bae sih Pak! Yuh, takon dokter maring puskesmas.*
‘Jangan merokok terus sih Pak!. Yuk, Tanya dokter ke puskesmas.’
- A : *Saiki?*
‘Sekarang?’
- B : *ora, taun ngarep, ya saiki.*
‘Tidak, tahun depan, ya sekarang’