

TINDAK TUTUR REPRESENTATIF DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA RADIO KOTA BATIK PEKALONGAN PERIODE TAHUN 2019/2020

Oleh: Muhammad Anang Syarif
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas PGRI Semarang
Anangsyarif20@gmail.com

ABSTRAK

Dalam penelitian ini dibahas tentang apa saja jenis tindak tutur representatif yang terdapat pada iklan layanan masyarakat radio kota Batik Pekalongan dan bagaimana fungsi-fungsi tindak tutur representatif yang terdapat pada iklan layanan masyarakat radio kota Batik Pekalongan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tindak tutur representatif pada iklan layanan masyarakat dan mengemukakan jenis tindak tutur apa sajakah pada iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan Periode Tahun 2019/2020. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskripsi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik sadap. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode agih. Dan teknik penyajian hasil data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendeskripsian berupa kalimat. Hasil penelitian tindak tutur representatif pada radio kota Batik Pekalongan terdapat lima jenis tuturan representatif. Kelima jenis tuturan tersebut ialah memberitahukan, mengakui, perintah, menyebutkan, dan menyatakan. Fungsi dari tuturan representatif pada iklan layanan masyarakat terdapat fungsi representasional, fungsi personal, fungsi interaksional, fungsi heuristik, dan fungsi regulasi. Penelitian ini untuk menambah pengetahuan mengenai tindak tutur representatif dan menerapkan kaidah kepada pembaca penelitian ini.

Kata kunci: Tindak tutur representatif, pragmatik, radio, penelitian.

ABSTRACT

This research discusses representative speech acts in public service advertisements on the Kota Batik Pekalongan radio. The formulation of the problem in this research is what types of representative speech acts are found in the public service advertisements of Batik Pekalongan city radio and how are the functions of representative speech acts found in public service announcements for the radio city of Batik Pekalongan. The purpose of this study is to analyze representative speech acts in public service announcements and to state what types of speech acts are in public service announcements on Radio Kota Batik Pekalongan for the Period of 2019/2020. This research is a qualitative description. The subject of the research is the Kota Batik Pekalongan radio. Qualitative research is used as an analysis and to describe events, attitudes, beliefs, perceptions, thoughts individually or in groups. Public service advertisements are analyzed in order to obtain speech containing representative speech acts. Furthermore, it is carried out using a qualitative analysis method with the aim of describing speech which contains representative speech acts in public service advertisements, both in form and in function. This research method uses descriptive qualitative research. The approach used in this study is a qualitative approach. The data collection technique used is the tapping technique. The data analysis technique used is the agih method. And the technique of presenting the results of the data used in this study is the description in the form of a sentence. The results of the research on representative contained five types of representative speech. Namely representational functions, personal functions, interactional functions, heuristic functions, and regulatory functions.

Keywords: not a representative, pragmatic, radio, research

Pendahuluan

Pada dasarnya bahasa merupakan alat hubung antara manusia satu dengan manusia lain saat berkomunikasi. Bahasa yang menjadikan diri seseorang sebagai salah satu

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

bentuk ujaran yang dilakukan oleh masyarakat mempunyai peran di kehidupan yaitu berupa bentuk tuturan. Tuturan tersebut mempunyai makna yang dikaji pada ilmu pragmatik. Di dalam setiap tuturan mempunyai makna tersirat serta makna yang tersurat.

Seseorang yang menggunakan bahasa sebagai alat berinteraksi menghasilkan tuturan di segala ucapannya. Tidak lepas tuturan dari seseorang yang sering dijumpai dalam tuturannya yang mengandung tindak tutur representatif. Tindak tutur representatif seringkali mempengaruhi seseorang untuk mempercayai suatu yang telah dituturkan oleh seseorang. Dalam berkomunikasi seseorang dapat mengerti yang dikatakan lawan tutur sebagai suatu kombinasi perbuatan-perbuatan dan tindakan tindakan serangkaian unsur yang mengandung maksud dan tujuan (Tarigan, 2008:10). Mengungkapkan bahwa komunikasi adalah sesuatu yang fungsional, mengandung maksud, dan dirancang untuk menghasilkan beberapa efek atau akibat pada lingkungan para penyimak dan para pembicara. Berkomunikasi melalui bahasa merupakan hal yang sangat penting karena lawan tutur dan mitra tutur saling mengerti maksud maupun keinginan oleh lawan tutur.

Seseorang dalam berkomunikasi dapat memberikan penjelasan yang dikatakan penutur sebagai perbuatan dan tindakan-tindakan yang mengandung maksud dan tujuan. Dalam proses berkomunikasi ada tiga komponen yang digunakan saat berkomunikasi, yaitu informasi yang disampaikan, alat yang digunakan saat berkomunikasi dan pihak yang berkomunikasi. Pada saat melakukan komunikasi penutur dan mitra tutur mengucapkan konteks yang disampaikan maupun tuturan yang mengandung pesan atau informasi kepada mitra tutur. Dengan demikian, seseorang dapat dikatakan melakukan tindak tutur.

Tidak jauh berbeda dengan media radio yang masih eksis didalam masyarakat, bahasa memegang peran penting dalam penyiaran radio, karena bahasa merupakan alat untuk memberikan informasi maupun pesan kepada seluruh masyarakat luas terlebih pendengar radio, serta memberikan pengetahuan pada pesan moral atau pun informasi. Penggunaan bahasa dalam media masa khususnya radio, menggunakan

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

bahasa yang jelas dan dapat dipahami oleh seluruh masyarakat. Hal ini penting, karena dalam iklan layanan masyarakat harus didukung dengan bahasa yang bisa diterima, khususnya pendengar radio. Dengan bahasa yang mudah dipahami, masyarakat dapat mengerti arah dan tujuan sebuah kabar atau informasi yang didapatkan. Keadaan ini bertujuan agar bahasa yang disampaikan memiliki bobot terhadap pandangan masyarakat, jadi dapat mengerti maksud dan tujuan sebuah informasi dalam radio yang ditujukan kepada pendengar. Penyiaran radio tidak serta merta berisi tentang berita saja, melainkan ada juga hiburan, musik dan juga Iklan komersial. Iklan dibuat untuk kegiatan mengenalkan suatu produk atau penawaran jasa kepada pendengar secara umum. Iklan layanan masyarakat salah satunya yang berisikan himbuan, penyampaian pesan ataupun pernyataan kepada masyarakat untuk tidak melakukan maupun melakukan suatu tindakan demi kepentingan sesama, serta mengubah perilaku tidak baik menjadi perilaku yang lebih baik. Perubahan perilaku merupakan hal yang diharapkan dari adanya iklan layanan masyarakat. Masyarakat dapat memilih untuk menolak perilaku yang tidak baik dan menerima perilaku baru yang disarankan oleh iklan layanan yang disuarakan. Pada iklan layanan masyarakat, umumnya materi pesan yang disampaikan berupa informasi publik supaya mengajak masyarakat melakukan sesuatu kebaikan yang sifatnya normatif. Iklan layanan masyarakat juga dapat berupa pencegahan kecelakaan, mengantisipasi banjir, keluarga berencana, bahaya merokok, dan lain sebagainya yang disampaikan dengan menggunakan bahasa yang bervariasi. Dengan demikian tuturan pada iklan layanan masyarakat pada radio Kota Batik Pekalongan dapat memberikan kejelasan dalam tuturan yang disampaikan. Salah satu bentuk tindak tutur yang banyak diujarkan dalam konteks bahasa radio adalah tindak tutur representatif. Tindak tutur representatif merupakan tuturan dengan mengikat kebenaran oleh ucapan yang dituturkannya. Jenis yang terdapat pada tindak tutur representatif ini termasuk jenis tindak tutur yang menginformasikan, menyuarakan, mengarahkan, menyarankan, dan menganjurkan. Penelitian ini akan mengkaji tindak tutur representatif pada iklan layanan masyarakat yang terdapat pada radio Kota Batik Pekalongan, karena pada radio Kota Batik Pekalongan ini termasuk radio yang

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

digemari oleh masyarakat di wilayah Kota Pekalongan. Salah satu tindak tutur yang menarik untuk analisis adalah tindak tutur dalam iklan layanan masyarakat.

Berdasarkan dengan hal tersebut, menarik jika diteliti “Tindak Tutur Representatif Pada Iklan Layanan Masyarakat Dalam Radio Kota Batik Pekalongan Periode Tahun 2019/2020” sebagai alternatif masyarakat untuk lebih mengetahui informasi secara jelas. Dengan penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk mempermudah dalam meningkatkan pengetahuan adanya tindak tutur representatif yang menjadikan tuturan yang disampaikan terarah dan tersampaikan menurut tujuannya khususnya di lingkungan masyarakat pendengar Radio Kota Batik Pekalongan. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa saja jenis tindak tutur representatif yang terdapat pada iklan layanan masyarakat radio kota Batik Pekalongan, dan bagaimana fungsi-fungsi tindak tutur representatif yang terdapat pada iklan layanan masyarakat radio kota Batik Pekalongan.

Metode

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskripsi. Menurut Sukmadinata (2016:60) penelitian kualitatif digunakan sebagai analisis serta mendeskripsikan peristiwa, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individu ataupun secara kelompok. Adapun pendekatan deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menunjukkan atau pun mendeskripsikan suatu peristiwa yang terjadi saat ini atau peristiwa yang telah terjadi (Sukmadinata, 2016:54). Data merupakan bahan yang digunakan sebagai data bukan bahan mentah, tetap bahan jadi (Sudaryanto, 1998:10). Kemudian dalam penelitian ini data diambil berdasarkan tuturan yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat pada radio Kota Batik Pekalongan Periode 2019/2020, yang berupa rekaman suara. Data dalam penelitian adalah tuturan yang mengandung tindak tutur representatif dalam iklan layanan masyarakat. Sumber data adalah subjek dari data yang diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini adalah tindak tutur representatif pada iklan layanan masyarakat pada radio Kota Batik Pekalongan Periode Tahun 2019/2020 merupakan tuturan yang mengandung tindak tutur representatif. Subjek penelitian ini adalah radio Kota Batik Pekalongan Periode

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

Tahun 2019/2020. Hasil dari penelitian ini bisa berupa tulisan yang dideskripsikan menjadi kata-kata dan kalimat dalam tuturan sesuai yang diperoleh dari radio Kota Batik Pekalongan Periode Tahun 2019/2020. Berikut merupakan subjek dan objek sumber data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sadap (Mahsun, 2017:9). Teknik sadap adalah teknik dengan merekam suara penyiar Radio dengan alat perekam seperti ponsel saat penyiaran radio. Teknik lanjutan yang digunakan teknik catat dengan cara mencatat tuturan yang mengandung tuturan tindak tutur representatif. Kartu data digunakan untuk teknik catat yang dilakukan. Teknik Analisis Data, analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode agih, karena metode agih alat penentunya merupakan bagian bahasa seperti, pragmatik, tuturan, dan tindak tutur. Dalam penelitian ini alat penentunya adalah tindak tutur representatif pada Radio Kota Batik Pekalongan. Teknik Penyajian Hasil Analisis Data, Setelah mendapatkan dan mengumpulkan data kemudian dilakukan analisis dan dituangkan dalam bentuk laporan tertulis. Penyajian hasil data penelitian yang dilakukan secara informal. Metode penyajian ini dengan merumuskan menggunakan kata-kata biasa, meskipun dengan teknis yang sifatnya terminologi (Sudaryanto, 2015:241).

Hasil Penelitian

Dalam iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan Periode Tahun 2019/2020 mengandung sejumlah tindak tutur. Tindak tutur yang ditemukan ialah tindak tutur representatif yang ditemukan dari semua data adalah tuturan yang didapat dari mendengarkan siaran radio dan melakukan perekaman sebagai data selanjutnya dilakukan menuliskan data yang didapatkan. Dari data yang diperoleh melalui perekaman yaitu mengenai iklan layanan masyarakat seperti iklan layanan masyarakat ayo mencuci tangan supaya terhindar dari virus corona, keluar rumah wajib memakai masker untuk menghentikan penyebaran virus corona, ayo ikut KB, dan hindari mudik demi memutus rantai penyebaran virus corona. Dari keempat jenis iklan layanan masyarakat tersebut ditemukan beberapa tuturan yang mengandung

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

tindak tutur representatif. Jenis tindak tutur representatif ditemukan pada tiap kalimat yang menunjukkan tuturan representatif, jenis yang ditemukan dari keempat jenis iklan tersebut ialah jenis mengakui, memberitahukan, menyebutkan, menyatakan, dan perintah. Masing-masing kalimat yang mengandung unsur jenis tuturan representatif tersebut didapatkan berdasarkan dengan konteks dan analisis data pada tiap-tiap tuturan yang diucapkan pada iklan layanan masyarakat tersebut. Data-data yang ditemukan berdasarkan tuturan yang diucapkan pada proses penyiaran iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan. Pada data yang didapat saat melakukan perekaman tidak serta merta mendapatkan data tuturan yang bahasanya menggunakan bahasa Indonesia baku, melainkan ditemukan juga data bahasa daerah seperti daerah pekalongan. Bahasa yang digunakan terkadang bahasa campuran antara bahasa jawa dengan bahasa Indonesia pada saat proses penyiaran yang dilakukan oleh penyiar radio. Bahasa jawa yang dipakai juga berfungsi untuk menarik masyarakat atau pendengar radio supaya paham mengenai iklan yang dibawakan. Misalnya orang tua pendengra radio terkadang banyak yang masih kesulitan memahami bahasa baku bahasa Indonesia jadi harus dilengkapi dengan bahasa jawa yang dapat dipahami oleh pendengar khususnya Kota Pekalongan. Iklan layanan masyarakat yang dibawakan juga terdapat memberitahukan informasi terkini yang harus dilakukan oleh masyarakat ataupun pengenalan program baru untuk ditirukan dan disuarakan oleh masyarakat. Penggunaan bahasa daerah pada iklan layanan masyarakat juga berguna untuk memudahkan penyiar dalam memperkenalkan iklan yang dibawakan seperti penggunaan bahasa yang dipakai mayoritas masyarakat yang menggunakan bahasa tersebut. Pada iklan layanan masyarakat yang terdapat di radio tidak dijumpai pada iklan-iklan pada media lain seperti Televisi ataupun koran. Iklan layanan masyarakat pada radio cenderung menyuarakan kepada masyarakat dengan daya imajinasi yang tinggi. Biasanya dengan merangsang pemikiran pendengarnya melalui percakapan pada iklan layanan masyarakat yang mengharuskan pendegarnya memikirkan sesuatu tentang imajinasi sesuai tuturan pada iklan layanan masyarakat tersebut. Dibandingkan dengan Televisi iklan yang dimuat sekedar film pendek berdurasi beberapa menit tetapi menguakkan sesuatu yang dilakukan. Berbeda

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

dengan iklan layanan masyarakat pada radio yang cenderung tuturan yang disampaikan oleh penyiar mengharuskan pendengar berimajinasi mengenai kondisi ataupun situasi pada saat mendengarkan iklan tersebut. Dari iklan layanan masyarakat yang disiarkan melalui radio tidak dijumpai pada iklan layanan masyarakat di media lain seperti Koran ataupun Televisi. Pada radio juga terdapat hal yang menarik, yaitu siarannya yang tidak membosankan dan selalu digemari oleh pendengarnya, karena tuturan bahasanya yang dipakai sangat khas. Dibalik itu juga pendengar disuguhkan dengan imajinasi yang bermacam pemikirannya. Salah satu media masa yang tidak lepas dari masyarakat dari masa ke masa, radio mencirikan penggunaan tuturan yang menarik sehingga dapat memanjakan pendengar lebih terhibur.

Bahasa yang digunakan pada iklan layanan masyarakat radio sangatlah bervariasi, karena didalamnya mengandung unsur menyuarakan kepada masyarakat untuk ikut serta menyuarakan program baru pemerintah maupun tentang kehidupan sosial dalam masyarakat. Penggunaan bahasa yang dipilih merupakan bahasa yang mengharuskan pendengarnya untuk memperhatikan dan melakukan mengenai iklan layanan masyarakat yang dibawakan. Terdapat juga kalimat yang berunsur kepada tindakan yang dilakukan masyarakat untuk memberikan contoh kepada masyarakat yang belum paham mengenai iklan layanan masyarakat yang disampaikan. Serta mendominasi masyarakat supaya ikut serta dalam menyuarakan iklan yang disampaikan. Pada proses penyiaran iklan layanan masyarakat kata yang telah disusun dan mempunyai arti sebagai penyampaian informasi, sehingga pendengar dapat menerima iklan tersebut jelas dan terarah. Maksud dan tujuan dari tuturan yang di tuturkan iklan layanan masyarakat mengenai virus corona menekankan bahwa pada saat itu disuarakan agar masyarakatnya mematuhi protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah. Dilihat dari situasi pada saat penyiaran masih dalam masa pandemi, iklan tersebut ditujukan kepada masyarakat khususnya pendengar radio Kota Batik Pekalongan untuk mengurangi kegiatan dengan orang banyak. Sedangkan pada iklan layanan masyarakat mengenai KB mengutarakan pada kondisi lonjakan jumlah penduduk yang semakin pesat. Oleh sebab itu pemerintah menyelenggarakan program

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

baru yang di suarakan lewat iklan pada Radio Kota Batik Pekalongan untuk memperkenalkan suatu layanan baru yang ditujukan kepada masyarakat. Jadi maksud keseluruhan dari iklan layanan masyarakat yang terdapat dalam Radio Kota Batik Pekalongan berfungsi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan juga memberikan arahan bagi masyarakat. Jenis-jenis tindak tutur representatif memiliki fungsi-fungsi yang beragam sebagai tuturan yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat, terutama dalam iklan layanan masyarakat yang disuarakan melalui radio. Fungsi-fungsi tersebut diantaranya ialah fungsi representasional, fungsi interaksional, fungsi heuristik, fungsi personal, dan fungsi regulasi. Fungsi representasional merupakan fungsi tuturan untuk membuat pernyataan-pernyataan, menyampaikan fakta, pengetahuan, menjelaskan dan menggambarkan kenyataan yang sebenarnya seperti yang dilihat seseorang. Fungsi ini tampak pada tindak tutur representatif iklan layanan masyarakat pada radio Kota Batik Pekalongan dengan konteks keluar rumah wajib memakai masker. Kemudian fungsi interaksional merupakan fungsi tuturan dalam menjalin dan memantapkan hubungan antara penutur dan lawan tutur. Fungsi ini terdapat pada iklan layanan masyarakat pada radio Kota Batik Pekalongan pada konteks menunda mudik untuk memutus rantai virus corona. Tuturan tersebut merupakan memantapkan kepada lawan tutur untuk bersabar bahwa lebaran berikutnya masih bisa bertemu. Fungsi tuturan interaksional merupakan sebagai memantapkan kepada orang lain mengenai pesan ataupun cara untuk memperkenalkan untuk kebersihan badan agar terhindar dari berbagai bakteri yang berbahaya. heuristik merupakan digunakan untuk memperoleh ilmu pengetahuan dan mempelajari seluk beluk lingkungan dan seringkali disampaikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang menuntut jawaban. Kalimat-kalimat dalam iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan periode 2019/2020 banyak mengandung kata-kata yang memerintahkan, menunjukkan, memberitahu dan terdapat ciri-ciri kata yang beragam bentuknya. Kemudian fungsi heuristik yang berfungsi untuk memperoleh pengetahuan supaya masyarakat yang kurang tahu bisa dijelaskan melalui iklan layanan masyarakat tersebut. Fungsi personal ialah fungsi yang ditemukan pada iklan layanan masyarakat berikutnya. Fungsi personal ini ialah

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

berfungsi sebagai mengekspresikan perasaan, emosi. Selanjutnya fungsi regulasi merupakan sebagai alat mengatur tingkah laku orang. Biasanya fungsi regulasi ini dikuatkan dengan kalimat persetujuan atau ketidaksetujuan.

Pada iklan layanan masyarakat konteks hindari mudik demi memutus virus corona mempunyai fungsi memerintahkan kepada pendengar bahwa mudik sebaiknya ditunda terlebih dahulu. Fungsi memerintahkan ini juga sering berbentuk kalimat yang memuat mengenai informasi-informasi penting yang ditujukan supaya masyarakat yang tadinya tidak tahu menjadi tahu dari iklan layanan masyarakat tersebut. Karena mudik ke kampung halaman dapat membawa virus corona semakin meluas. Selanjutnya pada iklan layanan masyarakat tersebut memerintahkan supaya pendengar menuruti yang dikatakan oleh penutur bahwa menunda mudik dapat memutuskan rantai penyebaran virus corona. Jadi fungsi iklan layanan masyarakat menghindari mudik demi memutus rantai virus corona merupakan fungsi memerintahkan kepada pendengar khususnya radio Kota Batik Pekalongan agar menunda mudik supaya virus corona tidak menyebar sampai pelosok kampung. Hindari mudik demi memutus virus corona mempunyai fungsi memerintahkan kepada pendengar bahwa mudik sebaiknya ditunda terlebih dahulu. Karena mudik ke kampung halaman dapat membawa virus corona semakin meluas. Selanjutnya pada iklan layanan masyarakat tersebut memerintahkan supaya pendengar menuruti apa yang dikatakan oleh penutur bahwa menunda mudik dapat memutuskan rantai penyebaran virus corona. Jadi fungsi iklan layanan masyarakat menghindari mudik demi memutus rantai virus corona merupakan fungsi memerintahkan kepada pendengar khususnya radio Kota Batik Pekalongan agar menunda mudik supaya virus corona tidak menyebar sampai pelosok kampung. Kemudian fungsi menyuarakan menggunakan masker saat keluar rumah yang disuarakan pada iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan Fungsi dari iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan mengenai wajib memakai masker saat keluar rumah merupakan salah satu iklan yang memberitahukan bahaya akan virus corona. Dari iklan tersebut berfungsi sebagai peringatan bahwa keluar rumah tanpa memakai

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

masker dapat menyebarkan virus corona. Selain itu, memakai masker saat keluar rumah bisa mengurangi penyebaran virus corona. Kemudian terdapat juga fungsi memperkenalkan program baru yang diselenggarakan pemerintah melalui iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan. Biasanya program ini disiarkan untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai program yang diselenggarakan pemerintah untuk ditaati ataupun dijalani demi kebaikan masyarakat dan mendukung program pemerintah tersebut. Pada iklan layanan masyarakat juga terdapat iklan yang berisikan tentang program baru dari pemerintah yaitu program KB. Pada iklan layanan masyarakat Radio Kota Batik Pekalongan terdapat pemberitahuan kepada masyarakat bahwa pemerintah sudah membuka program gratis di Puskesmas. Dari program KB tersebut diharapkan seluruh masyarakat khususnya Kota Pekalongan ikut serta dalam penyelenggaraan program KB supaya dapat mengurangi peningkatan jumlah penduduk. Fungsi perintah yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan yang memiliki makna untuk memerintahkan pendengar supaya menuruti yang dikatakan pada iklan. Selain itu, perintah dapat diutarakan dengan kalimat berita atau kalimat tanya agar pendengar yang diperintahkan tidak merasa diperintah. Tindakan yang dilakukan setelah mendengar iklan layanan masyarakat pada radio Kota Batik Pekalongan diharapkan mampu memberikan solusi yang bermanfaat bagi masyarakat. Dari tindakan yang dilakukan pendengar radio tersebut sangatlah berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Contohnya keluar rumah memakai masker merupakan salah satu bentuk kepedulian terhadap masyarakat untuk menghentikan penyebaran virus corona. Terdapat juga tindakan yang bisa dilakukan untuk mencegah virus corona dengan cara mencuci tangan dengan sesuai anjuran, hindari mudik untuk memutus rantai virus corona. Tindakan-tindakan yang dilakukan akan membawa perubahan besar karena suatu wabah yang saat ini masih susah penanganannya. Dari hal kecil saja yang dilakukan oleh masyarakat dan ditirukan semua masyarakat akan berdampak kepada masyarakat sebagaimana telah disuarakan pada iklan layanan masyarakat pada Radio Kota Batik Pekalongan. Sebagian besar jenis tindak tutur representatif terdapat pada iklan layanan masyarakat khususnya iklan yang menyuarakan mengenai virus

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

corona yang saat ini sedang mewabah diseluru penjuru dunia. Bentuk tindak tutur representatif yang ditemukan sebanyak 10 bentuk tuturan dan tuturan tersebut berupa kalimat memberitahukan informasi atau kalimat berita. Berdasarkan analisis tiap jenis tersebut dapat di ketahui bahwa pada iklan layanan masyarakat pada radio kota Batik Pekalongan terdapat jenis tindak tutur representatif. Selain itu, di ketahui juga bahwa tindak tutur-tindak tutur tersebut mengandung beberapa fungsi, yaitu fungsi untuk memberitahukan kabar kepada masyarakat, fungsi mempromosikan program baru pemerintah, fungsi ajakan atau pun himbauan dan juga fungsi penjelasan mengenai langkah-langkah mencuci tangan. Dari data yang ditemukan menemukan jenis iklan layanan masyarakat yang di dalamnya mengandung tuturan representatif dengan jenis yang ditemukan 5 jenis.

Kesimpulan

Dari data tuturan bahwa tindak tutur representatif pada iklan layanan masyarakat terdapat 5 jenis yaitu tindak tutur representatif mengakui, memberitahukan, menyatakan, menyebutkan dan memerintahkan. Kelima jenis tersebut terdapat pada masing-masing iklan layanan masyarakat pada radio Kota Batik Pekalongan Pada Periode 2019/2020 serta terdapat berbagai fungsi memberikan informasi kepada masyarakat. Fungsi-fungsi tersebut diantaranya ialah fungsi representasional, fungsi interaksional, fungsi heuristic, fungsi personal, dan fungsi regulasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Faramida, Irma. dkk. 2019. “*Tindak Tutur Representatif Pada Caption Instagram*”.
- Jamilatun. 2011. “Tindak Tutur Direktif dan Ekspresif Pada Rubrik *Kriing Solopos* (Sebuah Tinjauan Pragmatik)”. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Khairifa, Fenni. 2007. “Penyampaian Iklan Layanan Masyarakat kepada Khalayak”. *Jurnal Harmoni Sosial*, 1 (3), 133-136
- Kurniawati, Endah Yuli. 2015. “Tindak Tutur Ilokusi Tokoh Utama dalam Film *Kehormatan di Balik Kerudung* Sutradara Tya Subiyakto dan Relevansinya dengan Pembelajaran Menyimak dan Berbicara di Kelas X SMA”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Purworejo. Purworejo.

PROSIDING SEMINAR LITERASI V
“Literasi generasi layar sentuh” Semarang 3 Desember 2020
ISBN 978-623-91160-9-5

- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nirwanti, Yuli. 2017. “*Analisis Tindak Tutur Representatif dan Direktif Pada Iklan Layanan Masyarakat Pada Radio Fortuna FM Kutoharjo Periode Tahun 2012-2016 dan Skenario Pembelajaran di Kelas XIII. Universitas Muhammadiyah Purworejo.*”
- Noviana, Dinda. 2017. “*Tindak Tutur Representatif Dalam Rubrik Opini Surat Kabar Kompas Edisi Maret 2017 Sebagai Alternatif Bahan Ajar Bahasa Indonesia di SMA.*” Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rustono. 1999. *Pokok-pokok pragmatik*. Semarang: IKIP Press
- Rohmadi, Muhammad. 2014. “Kajian Pragmatik Percakapan Guru dan Siswa dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia”. *Jurnal Paedagogia* ISSN 1026- 4109, 17 (1), 53-61.
- Rohmadi, Muhammad. 2010. *Pragmatic Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuna Pustaka