

## ANALISIS LOKUSI, ILOKUSI, PERLOKUSI PADA IKLAN PRODUK MAKANAN DI CHANELL YOUTUBE

Puput Puspitasari<sup>1)</sup>, Intan Sari Ramdhani<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, Universitas Muhammadiyah Tangerang

<sup>1</sup>puputpus28@gmail.com ,

<sup>2</sup>intan.sariramdhani@gmail.com

### Informasi Artikel

#### Riwayat Artikel :

Submit, 12 Februari 2023

Revisi, 1 April 2023

Diterima, 30 Agustus 2023

Publish, 15 September 2023

#### Kata Kunci :

Lokusi

Ilokusi

Perlokusi

Iklan

### ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan penggunaan tindak tutur lokusi, dan perlokusi dalam wacana iklan produk makanan di channel youtube. Tujuan utama artikel ini adalah untuk menunjukkan penggunaan lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam tindak tutur. tuturan iklan produk makanan di channel youtube. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik penelitian yang digunakan yaitu teknik telaah putaka dan pengumpulan data oleh peneliti sendiri sebagai instrument kunci. Hasil penelitian Sebanyak delapan tindak tutur lokusi ditemukan dalam penelitian ini., 2 tindak tutur ilokusi, dan 5 tindak tutur perlokusi

*This is an open access article under the CC BY-SA license*



### Corresponding Author:

Puput Puspitasari

Universitas Muhammadiyah Tangerang

puputpus28@gmail.com

### 1. PENDAHULUAN

Bahasa didefinisikan sebagai simbol suara digunakan secara sewenang-wenang oleh anggota komunitas untuk interaksi, kolaborasi, dan identifikasi. Manusia berjuang keras tanpa bahasa. untuk memenuhi kebutuhannya sebagai makhluk hidup. Karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, maka manusia harus berinteraksi dengan manusia lain. Bahasa juga sebagai sarana komunikasi untuk masyarakat berupa simbol suara yang diucapkan oleh alat bicara seseorang. Menurut Sunaryo (2000:6) bahasa didalam struktur budaya ternyata memiliki kedudukan, fungsi dan peran ganda yaitu sebagai akar dan roduk budaya yang sekaligus berfungsi sebagai sarana berfikir dan sarana pendukung pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sedangkan menurut Felicia (2001:1) bahasa merupakan alat yang digunakan untuk komunikasi lisan dan tulisan sehari-hari.

Bahasa dalam komunikasi sehari-hari dapat dibedakan menjadi bahasa lisan dan tulisan serta

memiliki ciri pembeda. Bahasa lisan bersifat ekspresif yaitu bahasa yang dihasilkan oleh alat ucap dan menjadikan fonem sebagai unsur dasar dalam berbahasa sehingga dapat memudahkan mitra tutur untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa tulis bersifat tekstual yaitu Karena bahasa yang digunakan dalam media tulisan atau tulisan tidak berkaitan dengan waktu, maka diperlukan kesempurnaan struktural dalam bahasa tulis.

Bahasa juga sebagai sarana atau media dalam mempromosikan sebuah iklan produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Dengan menyebutkan sebuah merek produk dengan tujuan jaminan atas mutu barang yang dipromosikan dalam sebuah iklan tersebut. Dalam proses promosi Hal ini dapat dilakukan melalui media cetak dan digital. sudah berkembang sangat pesat

Media sosial adalah platform digital yang menawarkan setiap pengguna kesempatan untuk terlibat untuk kegiatan sosial berupa penawaran produk yang di iklankan Aktivitas yang dapat dilakukan dengan media sosial dapat berinteraksi

dengan orang lain, dapat informasi yang belum diketahui dan dapat membuat konten berupa video atau foto untuk mempromosikan suatu produk yang akan dipasarkan. Media sosial sangat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Menurut Dave Karpen (2011) media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat atau kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi. Media sosial adalah cara yang efektif untuk beriklan media sosial youtube merupakan komunikasi massa audio visual dan visual serta memiliki karakter berbeda dengan media. Media audiovisual memiliki kekuatan visual dan suara, sedangkan media cetak memiliki komponen visual yang kuat. Sehingga keberadaan media sosial dapat memudahkan untuk berkomunikasi serta memudahkan dalam mendapatkan sebuah informasi dengan baik.

Tentunya jika seseorang menerima informasi melalui media elektronik seperti radio dan televisi, media cetak seperti koran dan majalah, dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Internet megacu pada internet dan digunakan oleh banyak orang, termasuk anak-anak, remaja, dan dewasa. Youtube. Youtube merupakan salah satu platform media sosial yang digunakan untuk memperoleh hiburan, informasi, dan edukasi. Kehadiran youtube mencerminkan kebutuhan masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi secara cepat dan akurat serta menjalin komunikasi jarak jauh atau virtual. Aspek transaksional dan interaktif bahasa ditunjukkan oleh dua karakteristik ini. fitur komunikasi virtual. Ketika orang tidak dapat bertemu langsung sehingga mempengaruhi produksi dan interpretasi bahasa. Ini memengaruhi perilaku dan ucapan pembicara dalam wacana periklanan Youtub.

Modal periklanan di media sosial dapat membentuk sumber daya terperinci. karena kekuatan persuasif media sosial dapat didengar dan dilihat. Dalam memasarkan ketika berbicara tentang hasil produk iklan harus memperhatikan metode dalam iklan. Dengan menyebutkan merek dan menggunakan retorika linguistik yang baik, dia dapat memengaruhi produk yang ditawarkan untuk memengaruhi untuk menjangkau audiens terbesar di jejaring sosial.

Iklan berfungsi sebagai sarana komunikasi yang menginformasikan, mengumumkan, atau menjual suatu produk. Media sosial umumnya memainkan peran penting. termasuk awal pembentukan dan pengembangan citra positif perusahaan dan produk- produk buaatannya. Proses sosial yang terorganisir dan terencana dengan baik. Kedua, untuk menimbulkan opini publik yang menguntungkan bisnis atau produk. Ketiga, mengembangkan komunikasi yang efisien dan efektif dengan masyarakat secara keseluruhan. untuk mengembangkan kesamaan pengertian dan penertian bersama atas produk atau jasa yang perusahaan jual

kepada masyarakat umum. keempat, meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap barang konsumsi dan produsennya. Menjual makanan kepasar melalui media audio visual lebih persuasif bagi pembeli makanan yang bisa dimakan oleh anak dibawah umur dan orang dewasa.

Bidang Linguistik yang sering digunakan dalam berbagai linguistik untuk mempelajari bahasa iklan media sosial adalah pragmatik, yaitu cabang linguistik yang berorientasi pada tujuan. yang sering digunakan untuk mengkaji bahasa iklan pada media sosial dalam beberapa penelitian kebahasaan adalah pragmatik, sebuah bidang kajian ilmu bahasa yang memperhatikan fungsi penyampaian bahasa di masyarakat. Pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur secara eksternal, yakni bagaimana bahasa itu digunakan dalam komunikasi. Menurut Leech (1993) pragmatik adalah studi mengenai makna ujaran dalam situasi tertentu. Sementara Levison (dalam siregar 2002) prgamatik sebagai telaah mengenai relasi antar bahasa dan konteks yang merupakan dasar bagi suatu catatan atau laporan pemahaman bahasa. Pragmatik dan tindak tutur memandang konteks sebagai pengetahuan bersama antara pembicara dan pendengar dan pengetahuan tersebut mengarah pada interpretasi suatu tuturan. (2019: Yulianingsih) Kesimpulan bahwa pragmatik adalah studi tentang bagaimana pembicara (penulis) dan pembaca (pendengar) menyampaikan makna satu sama lain. disimpulkan dari fakta bahwa pragmatik adalah tindak tutur mitra tutur kepada lawan tutur.

Begitu banyak iklan yang membayangi masyarakat sehingga keberadaan iklan dapat mempengaruhi masyarakat tidak dapat dipungkiri ada beberapa faktor dalam mempromosikan iklan di media sosial, karena pada kenyataannya tidak semua iklan menarik minat khalayak. Dalam hal ini, ada hal-hal penting yang harus diperhatikan saat membuat iklan untuk mempengaruhi pemirsa iklan. Bahasa merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi periklanan. Salah satu bentuk tuturan tidak langsung antara konsumen dan produsen adalah bahasa ini. serta harus memperhatikan suatu tindakan atau tuturan yang akan diucapkan dalam proses promosi iklan tersebut. Tindak tutur merupakan gejala individual, bersifat psikologis, dan ditentukan oleh kemampuan bahasa penutur dalam menghadapi situasi tertentu. Menurut Searly dalam Wijaya dan Rohmadi (2011) Setidaknya ada tiga jenis tindak tutur yang digunakan dalam praktik berbahasa, yaitu sebagai berikut: Jenis tindak tutur yang pertama adalah tindak tutur lokusi, yaitu tindak tutur kata, frase, dan kalimat sesuai dengan maknanya. Kedua tindak tutur ilokusi melibatkan pelaksanaan fungsi atau tujuan tertentu. Tiga tindak tutur perlokusi, atau tindak tutur yang memberikan pengaruh pada mitra tutur, tercantum di bawah ini. Teori Tindak Tutur Para ahli bahasa dahulu menganggap bahasa sebagai gambaran suatu situasi atau peristiwa sebelum

gagasan tindak tutur muncul. Menurut gagasan ini, setiap kalimat dalam suatu bahasa terikat oleh apa yang disebut sebagai kondisi kebenaran. Sebagai satu-satunya kriteria untuk menentukan kebenaran suatu kalimat, kondisi kebenaran digunakan. Kebenaran pernyataan atau isi suatu kalimat menentukan makna atau tidaknya suatu kalimat. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini diberi judul Analisis Lokusi, Ilokusi, Perlokusi Pada Produk Makanan di

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan data berupa tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi yang dikumpulkan dari saluran YouTube sebagai sumber data. teknik pengambilan data menggunakan metode menyimak dan mencatat, kemudian data diolah menggunakan metode analisis secara kualitatif.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam wacana iklan produk makanan di kanal YouTube akan diuraikan dan dibahas pada bagian ini. Berikut adalah penjelasan singkat dari temuan dan pembahasannya:

### 1. Tindak tutur lokusi

Tindak tutur lokusi yaitu arti kata yang, tanpa maksud apa pun, dengan jelas menjelaskan atau menginformasikan sesuatu didalamnya.

#### a. Iklan produk kripik talas balado

Tuturan : Sudah cobain belum salah satu produk terbaru dari sirapuh kripik talas balado yang dibuat dari talas dan bumbu-bumbu pilihan asli cocok banget untuk cemilan disegala suasana pedasnya pas dan renyahnya dijamin bikin ketagihan kripik talas balado sinar pagi.

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan lokusi karena penutur memberitahu kepada masyarakat atau khalayak umum bahwa ada produk terbaru dari sinar pagi yang bermakna si penutur memberikan suatu informasi kepada khalayak umum

#### b. Iklan nutella

Tuturan : lezatnya nutella dibalut wafer yang renyah nutella b. ready baru

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan lokusi karena penutur memberitahu betapa lezatnya mengonsumsi nutella dengan balutan wafer yang renyah sehingga penutur memberikan suatu informasi kepada khalayak umum

#### c. Iklan sarimi isi dua

Tuturan : duaaa sarimi isi dua sekarang lebay mienya lebih kenyal dan rasanya uuh... lebih gurih bray sarimi isi dua sekarang lebih enak bray

Iklan produk diatas termasuk diatas termasuk kedalam tuturan lokusi karena penutur memberitahu bahwa sarimi sudah hadir menjadi sarimi isi dua dan lebih kenyal dan gurih pada saat dikonsumsi sehingga lebih mantap saat disantap

#### d. Iklan donat faza

Tuturan : Ingin ngemil tapi bingung mau beli apa cobain donat kentang faza donat yang memiliki banyak varian dan beragam topping ada stroberi coklat mint, vanilla taro, abon, dan juga sosis dengan tekstur yang lembut dan rasa yang enak yang pasti bikin kamu jadi ketagihan soal harga sangat terjangkau buruan! jangan sampai kehabisan donat kentang faza

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan lokusi karena penutur memberikan sebuah informasi mengenai donat faza serta memberitahu terdapat varian terbaru didalam donat faza tersebut

#### e. Iklan lotte choco pie

Tuturan dalam percakapan :

A : Duh gimana ya caranya

B : Ade kenapa?

A : Susah banget si

B : Nih,, mamah bawain kesukaan kamu

A : yeyyey, Lotte Choco Pie

VO : lembutnya cake rasa vanilla kenyalnya marshmallow

Berbalut coklat premium manisnya untkapin cinta Penuh makna Lotte Choco pie

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan lokusi karena penutur memberikan sebuah makanan kesukaan kepada lawan tutur agar menghilangkan rasa kesal dikarenakan sulit dalam melakukan sesuatu.

#### f. Iklan burger queen

Tuturan : kamu laper? atau mau ngemil? Mau cemilan yang enak atau murah tenang aja aku kasih tahu solusinya sekarang ada burger queen

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan lokusi karena penutur memberikan informasi terhadap cemilan yang murah dan enak dengan mengonsumsi burger queen

#### g. Iklan beng beng

Tuturan : Kamu mau ngemil ? tapi yang bisa rame-rame? Tapi mau yang manis juga ? tenang aja beng-beng shoreit solusinya

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan lokusi karena penutur memberitahu informasi terhadap cemilan yang bias di makan untuk rame-rame yaitu dengan mengonsumsi beng-beng dapat dikonsumsi rame-rame

#### h. Iklan sari gandum

Tuturan : sari gandum big pack gue banget buat sharing rame rame isinya ga pelit cuy anti berantakan cocok juga buat online nonstop seharian roma sari gandum biscuit gandum isi coklat enak dan kenyangnya no debat sari gandum seaneak itu sekenyang itu

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan lokusi Karena penutur memberikan informasi dengan mengonsumsi sari gandum dapat membuat hari-hari semakin senang karena dapat dikonsumsi bersama-sama

#### 2. Tindak tutur ilokusi

Tidak ada bahasa sarkastik yaitu makna tersembunyi dari sebuah kata atau pernyataan.

a. Iklan Chiki puffs

Tuturan: Chiki puffs bikin yang seru makin seru play the circle of fun

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan ilokusi karena terdapat makna yang tersenyembunyi yaitu dengan mengonsumsi chiki puffs bikin seru dan juga dapat bersenang –bersenang bersama teman dengan mengonsumsi chiki puffs penutur mengungkapkan langsung terhap iklan produk tersebut

b. Iklan pop mie pedas dower kuah dan gledek goreng

Tuturan : Pop mie pedes dower kuah dan gledek goreng biangnya cabe rawit dan cabe merah yang pedes parah biki hu haa cus sikat pop mie pedas dower kuah dan gledek goreng pedesnya nagih seru lanjut lagi

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan ilokusi karena terdapat makna tersembunyi yaitu dengan mengonsumsi pop mie peda dower dapat membuat kepedasan yang super ekstra pedas sehingga dapat membuat penikmat panas menjadi ketagihan untuk mengonsumsi mie pedas dower kuah dan gledek goreng penutur mengungkapkan langsung terhadap iklan produk tersebut

3. Perlokusi

Tindak tutur perlokusi yaitu pemaknaan atau sikap seseorang terhadap suatu kalimat yang didengar yang dibaca.

a. Iklan bakso cuy

Tuturan : Kalian bosan dengan bakso yang itu-itu aja jangan khawatir telah hadir bakso cuy dengan varian bakso yang unik yang siap memuaskan perut kalian bakso mercon, bakso keju, bakso telur, gausah banyak mikir lagi langsung aja bakso cuy

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan perlokusi karena terdapat makna tersembunyi sehingga dapat mempengaruhi lawan tutur terhadap wacana yang didengar atau dilihat untuk melakukan sesuatu yaitu dengan membeli bakso cuy yang membuat kenyang dan menyenangkan

b. Iklan oreo

Tuturan : Bingung cari cemilan yang bisa dicampur dengan susu eitssss jangan khawatir mau tau solusinya oreo jawabannya oreo merupakan biscuit coklat dank rim vanilla oreo cocok dicampur dengan susu oreo juga dapat dimakan oleh anak-anak maupun orang dewasa. oreo juga mempunyai varian rasa, lho yaitu, original, coklat krim, stroberry krim red velvet , ice krim peanut butter, fizzi dan drak white chocolate. Mau tau cara asik makan oreo diputar dijilat dicelupin cobain oreo sekarang

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan perlokusi karena terdapat makna tersembunyi sehingga dapat mempengaruhi lawan tutur terhadap

wacana yang didengar atau dilihat untuk melakukan sesuatu dengan membeli oreo yang dapat dikonsumsi dengan campuran susu dapat membuat makan menjadi lebih asik

c. Iklan kalpa wafer coklat

Tuturan dalam percakapan :

A: Hai kelapa

B : Yoyoyo

A : aku tuh ketagihan banget lho sama kamu renyahnya

kamu kres kres gitu, udah gitu coklatnya tebal dan manis kaya aku

A: Teruss

B: Taburan kelapanya nyebelin dimulut

A : udah paling bener coklat dan kelapanya jadi satu enakya luar biasa kelapa wafer coklat kelapa enak luar biasa

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan perlokusi karena terdapat makna tersembunyi sehingga dapat mempengaruhi lawan tutur terhadap wacana yang didengar atau dilihat untuk melakukan sesuatu untuk mengonsumsi wafer kelapa yang dibalut dengan coklat yang tebal sehingga terdapat mempengaruhi lawan tutur untuk membeli kelapa wafer coklat tersebut

d. Iklan pottabee

Tuturan: Kenapa si pota bee itu enak banget? Pertama karena pottabeterbuat dari kentang asli pilihan kedua karena di potong zig-zag jadi kriuk , ketika karena bits rumput laut panggang bikin ketgihan yuk cobain pottabee snak nomer 1 dari jepang pota bee kriuknya pecah

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan perlokusi karena terdapat makna tersembunyi sehingga dapat mempengaruhi lawan tutur terhadap wacana yang didengar atau dilihat untuk melakukan sesuatu untuk mengonsumsi chiki pottabee dan membeli chiki pottabee snack nomer 1 dari jepang

e. Iklan deep bakey

Tuturan : Gabut ?pengen ngemil? deep bakery dengan 100% cita rasa coklat asli siap memasikan hidupmu jadi tunggu apa lagi buruan beli!

Iklan produk diatas termasuk kedalam tuturan perlokusi karena terdapat makna tersembunyi sehingga mempengaruhi lawan tutur terhadap wacana yang didengar atau dilihat untuk melakukan sesuatu untuk membeli deep bakery yang memiliki cita rasa coklat asli untuk memasikan hidup dengan mengonsumsi deep bakery.

#### 4. KESIMPULAN

Dalam analisis wacana iklan produk makanan di chanel youtube ditemukan tindak lokusi, ilokusi, dan perlokusi dimana 8 data tindak tutur lokusi, 2 jenis data tindak tutur ilokusi, dan 5 jenis data tindak tutur perlokusi yang terdapat pada iklan produk makanan di chanel youtube

## 5. REFERENSI

- Ida, dkk, 2021, *Bahasa, sastra dan pembelajarannya dalam masa pandemic covid-19*, LPPM UNNES, Semarang
- Mamik 2015, *Metodeogi Kualitatif*, Zifatama, Sidoarjo.
- Pangesti.(2022, 27 Januari). Pengertian, Sifat dan Perannya dalam Kehidupan
- Pangesti, Rika.(2022, 27 Januari) . Bahasa: Pengertian, Sifat dan Perannya dalam Kehidupan. Retrieved from <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5916280/bahasa-pengertian-sifat-dan-perannya-dalam-kehidupan>.
- Adidesu.(2012, 2 Maret). Definisi Bahasa Menurut Para Ahli. Retrieved from <https://adidesu.wordpress.com/2012/03/02/definisi-bahasa-menurut-para-ahli/>
- Umam.(2021). Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya. Retrieved from <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Royal.(2021). Iklan Media Sosial: Pengertian, Contoh, dan Cara Membuatnya. Retrieved From <https://magezy.com/iklan-media-sosial/>