

TINDAK TUTUR ILOKUSI PADA IKLAN MINUMAN CHANNEL YOUTUBE
サントリー
KAJIAN PRAGMATIK

Khoirunisa
Institut Prima Bangsa Invada Cirebon
Khrunisa17@gmail.com

Aulia Arifbillah Anwar
Institut Prima Bangsa Invada Cirebon
Billahsensei.stibainvada@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tindak tutur lokusi pada sebuah iklan yang bersumber dari channel youtube santorii. Data diambil dari bagian <https://youtu.be/nEo-KzPZWnE?si=nSRYXkDFqZDyCIn9> alasan memilih channel tersebut adalah karena pembahasan iklan yang menarik dari segi font, warna, dan promosi advertisingnya yang menarik, dimana terdapat 2 tokoh animasi anak anak dan 1 tokoh animasi kucing yang akan memaparkan efek buruk dari meminum alkohol pada usia dibawah 20 tahun. Maka dari itu saya mengangkat channel tersebut menjadi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Menggunakan metode simakcatat, dengan cara mengamati pembicaraan dari tokoh kemudian penulis membuat naskah percakapan. Tindak tutur dibagi ke dalam 5 jenis yaitu: 1) asertif (dangenteki), 2) direktif (shijiteki), 3) komisif (genmeiteki), 4) ekspresif (hyoushutsuteki), 5) deklarasi (sengenteiki).
Kata kunci : pragmatik, ilokusi, iklan

ABSTRACT

This study aims to determine the locutionary speech act in an advertisement sourced from the santorii youtube channel. Data was taken from the section <https://youtu.be/nEo-KzPZWnE?si=nSRYXkDFqZDyCIn9> the reason for choosing the channel is because the discussion of the advertisement is interesting in terms of font, color, and interesting advertising promotion, where there are 2 animated children's characters and 1 animated cat character who will explain the bad effects of drinking alcohol at the age of under 20 years. Therefore, I chose the channel as a source of data that I used in this study. The method used is simikatcat, by observing the conversation of the character then the author makes a conversation script. Speech acts are divided into 5 types, namely: 1) assertive (dangenteki), 2) directive (shijiteki), 3) commissive (genmeiteki), 4) expressive (hyoushutsuteki), 5) declaration (sengenteiki).
Keywords: pragmatics, directive illocutionary, advertisement

PENDAHULUAN

Pragmatik merupakan salah satu cabang ilmu pengetahuan hal ini dikemukakan oleh seorang filsuf bernama Charles Morris. Morris menyatakan dalam Angraini (2020:76) bahwa pragmatik menjelaskan alasan dan pemikiran pembicara atau lawan bicara ketika menetapkan konteks kalimat dan korelasi antar kalimat (Gunarwan, 2007:6). Menurut Trigan (2009) menyatakan bahwa pragmatik adalah ilmu yang mempelajari seluruh aspek makna yang tidak tercakup dalam semantik, yaitu pembahasan seluruh aspek makna suatu ujaran yang tidak dapat sepenuhnya dijelaskan oleh materi-materi yang berhubungan langsung dengan kondisi kebenaran ujaran kata-kata yang diucapkan. Menurut (Trigan, 1986) dalam Anwar, dkk (2020) pragmatik salah satu telaah makna dalam kaitannya dengan beragam situasi ujaran yang berbeda. Suatu ujaran tidak bisa dimaknai begitu saja, tetapi harus ada yang melatarbelakangi terjadinya tuturan tersebut, yaitu tindak tutur.

Dalam bahasa Jepang tindak tutur disebut Hatsuwakoui (発話行為). Menurut Ritonga (2021:15) tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang mengungkapkan sesuatu dalam arti “berkata” atau dalam bentuk kalimat yang bermakna dan dapat dimengerti. Tindak tutur ilokusi tidak hanya berfokus pada kata-kata yang diucapkan, tetapi juga makna dan fungsi yang berhubungan dengan ujaran tersebut. Hal ini akan membantu seseorang dalam menelaah maksud yang tersembunyi pada komunikasi sehari-hari, sehingga akan mempermudah interaksi sosial. Tindak tutur ilokusi menurut Searle (1979) dalam Iriantini, dkk (2023:95) membaginya menjadi lima yaitu: 1) asertif (dangenteki), 2) direktif (shijiteki), 3) komisif (genmeiteki), 4) ekspresif (hyoushutsuteki), 5) deklarasi (sengenteki). Dalam periklanan tersebut terdapat tindak tutur yang menyatakan perintah, permintaan, pertanyaan, dan lain-lain. Tindak tutur ilokusi sendiri merupakan ujaran yang mempunyai kekuatan tertentu, seperti memberitahukan, memerintahkan, mengingatkan, dan melaksanakan.

Di dalam tindak tutur ilokusi, terdapat jenis tindak bahasa direktif yang disebut dengan shijiteki (指示的) yaitu tindak tutur yang mana penutur menyebabkan lawan bicaranya melaksanakan suatu tindakan, Koizumi (1993:337) dalam Hidayat, dkk (2020). Hal ini selaras dengan Namatame (1996: 102-121), direktif merupakan tuturan yang mempunyai maksud agar lawan ujaran melakukan aksi yang diinginkan mitra tutur seperti, memaksa, mengajak, meminta, menyuruh, menagih, mendesak, menuntut, menyarankan, memerintah, memberikan aba-aba, dan menantang. Di dalam suatu tuturan tindak tutur direktif ini dapat berwujud deklaratif, interogatif, dan impertif. Menurut Kindaichi (1988:216) dalam Irmayanti, dkk (2022) dijelaskan mulanya kalimat bahasa Jepang dibagi menjadi empat kalimat yang disebut, kalimat deklaratif atau heijoubun, interogatif atau gimonbun, imperatif atau meireibun, dan ekslamatif atau kandoubun.

Konteks Kalimat

1. Kalimat Deklaratif

Kata lain dari kalimat deklaratif sering disebut kalimat berita, merupakan kalimat yang memberikan informasi suatu hal kepada pembaca atau yang

mendengarkannya. Tujuannya sendiri adalah untuk menyampaikan sesuatu tanpa bertanya, memerintah atau meminta.

2. Kalimat Interogatif

Menurut Kridalaksana (2008) dalam Budiman, dkk (2020) dijelaskan bahwa kalimat deklaratif memiliki intonasi interogatif serta pada umumnya mengandung inti pertanyaan dalam aneka ragam tulisan dengan ditandai tanda tanya (?).

3. Kalimat Imperatif

Kalimat imperatif adalah kalimat perintah kesannya adalah memberikan perintah kepada seseorang, dimana untuk melaksanakan apa yang diinginkan pembicara. Memiliki intonasi imperatif yang umumnya memiliki makna perintah atau larangan ditandai dengan tanda (.) dan (!). Mengutip dari Alwi, dkk (2010) dalam Kasmawati, dkk (2021) kalimat imperatif diklasifikasikan menjadi 6 jenis yaitu: 1. Perintah biasa, atau perintah yang menyuruh seseorang berbuat sesuatu. 2. Perintah halus, yang ditandai dengan kata tolong, silahkan, sudilah, coba, dan mungkin. 3. Permohonan, digunakan untuk menyampaikan permintaan, ditandai dengan kata mohon atau minta. 4. Ajakan atau harapan termasuk kalimat biasa diawali dengan kata ayolah, marilah, harap dan seharusnya. 5. Larangan atau perintah halus, kalimat imperatif juga dapat dibuat menjadi bersifat larangan dengan mencantumkan kata jangan(lah). 6. Pembiaran, yang menyatakan bahwa penutur mengizinkan.

Salah satu cara kajian yang berhubungan dengan tindak tutur adalah iklan. Konsep iklan yang diutarakan oleh Wright, dalam Nirmala (2015) periklanan merupakan suatu proses komunikasi yang memiliki dampak yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual produk, memberikan jasa, dan menyampaikan ide serta gagasan lainnya dalam bentuk informasi persuasif melalui saluran tertentu. Menurut (Savana, 2012) Iklan merupakan bentuk komunikasi yang memuat informasi atau pesan yang berguna untuk mempromosikan maksud atau tujuan yang dibuat penutur kepada lawan tuturnya. menurut Klepper (1986) (dalam Wibisono, dkk, 2016) periklanan didasarkan pada istilah “advertising”. Kata “advertising” sendiri berasal dari kata latin ad-vere yang berarti menyampaikan suatu pemikiran atau gagasan kepada orang lain. Seiring dengan perkembangan zaman iklan mengalami perubahan yang signifikan. Selain itu, iklan Jepang dikenal dengan humor yang menghibur, seringkali membubuhkan animasi, manga dan budaya ciri khas Jepang.

Dalam konteks bahasa Jepang, iklan disebut dengan istilah kouku (広告). Jika membahas mengenai Jepang ditambah dengan periklanan, ini adalah sesuatu hal yang menarik. Iklan bisa muncul ketika kita menonton televisi, mendengarkan radio, menonton youtube, membaca koran dan website internet pada saat itu secara tidak sengaja kita melihat dan mendengarkan iklan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data iklan dari video youtube Santorii. Video ini dapat diakses melalui link berikut <https://youtu.be/nEo-KzPZWnE?si=nSRYXkDFqZDyCIn9> video ini banyak memuat tindak tutur yang dapat digolongkan ke dalam tindak tutur ilokusi. Dengan demikian penulis berupaya merujuk berbagai penelitian terdahulu tentang tindak tutur ilokusi untuk acuan.

Pertama, ada penelitian dari Heryathan, dkk pada tahun 2023 dengan judul penelitiannya adalah "Ilokusi Direktif dan Implikatur pada Iklan Instagram dalam Bahasa Jepang dan Bahasa Indonesia: Kajian Pragmatik". Metode yang dipakai adalah deskriptif kualitatif. Hasil pembahasannya penelitian ini membahas Ilokusi direktif dan Implikatur dalam dua arah Jepang dan Indonesia. Di bahasa Jepang terdiri dari tindak tutur direktif dan implikatur seperti: permintaan, perintah, dan saran. Sedangkan di bahasa Indonesia terdapat tindak tutur direktif dan implikatur meliputi: mengajak, memerintahkan, dan menyarankan.

Kemudian, ada penelitian dari Irmayanti, dkk pada tahun 2022 dengan judul penelitiannya adalah "Bentuk Tindak Direktif pada Kalimat Deklaratif dalam serial drama Jepang. Hasil pembahasannya penelitian ini membahas kalimat deklaratif saja. Kalimat deklaratif menurut teori dari Yusushi. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif.

Penulis sangat tertarik dengan fenomena tindak tutur, oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pembagian tindak tutur berdasarkan bentuknya. Iklan minuman yang penulis ambil menceritakan dampak buruk dari alkohol jika meminum di usia 20 tahun. Mulai dari merusak organ tubuh seperti hati dan otak, mengurangi konsentrasi, sampai membahayakan sebuah janin. Kemudian iklan tersebut sangat menarik dari segi gambarnya, dan bahasa yang digunakanpun sederhana. Selain itu, alasan penulis memilih iklan ini sebagai sumber penelitian adalah melihat dari segi hikmah yang dapat diambil dari cerita iklan tersebut kalau meminum alkohol dapat merusak kondisi tubuh, dan hal buruk lainnya bagi orang-orang yang meminumnya.

Berdasarkan penelitian yang penulis jelaskan di atas, penelitian ini berupaya untuk meneliti bentuk dari tindak tutur ilokusi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmu pengetahuan bagi pembelajar bahasa Jepang tentang tindak tutur ilokusi, khususnya mengenai bentuk tindak tutur deklaratif, interogatif, dan imperative yang terdapat pada sebuah iklan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif., dimana langkah pertama yang saya ambil dalam penelitian ini adalah mencari sumber data di youtube dan menganalisis setiap dialognya, dimana setiap kata-kata yang diucapkan setiap tokohnya penulis catat ulang dan analisis kembali. Dalam analisisnya penulis menggunakan kajian pragmatik dimana kajian ini selaras tentang apa yang penulis analisis.

Sumber data penelitian ini diambil dari iklan minuman yang berjudul Santorii (Drink Smart) Hatachi miman to osake. Dialog tersebut didapat dengan hasil teknik simak dan catat. Objek penelitian yang penulis amati adalah tindak tutur ilokusi yang diucapkan oleh tokoh Hakase, Tiyou, dan Hibari. Data yang penulis miliki merupakan data primer. Menurut Dewi, dkk (2020) data primer yaitu data yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab dan meyelesaikann permasalahan yang diteliti.

Tahapan yang dilakukan untuk menentukan bentuk tindak tutur ilokusi adalah menonton iklan Santorii (Drink Smart) Hatachi miman to osake berulang kali, kemudian mencatat dialog yang ingin dijadikan data penelitian. Data yang ditemukan disimak dan dicatat, kemudian dicocokkan dengan subtitle. Mengklasifikasikan data temuan ke dalam tindak tutur deklaratif, Interogatif, dan Imperatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang kita lihat, pada uraian pembahasan tindak tutur diatas, bentuk tindak tutur ilokusi dapat dikenali dari kalimat-kalimat yang diungkapkan. Dikelompokkan menjadi kalimat berita, kalimat tanya, dan kalimat perintah. Kalimat tersebut mengutip dari Nadar (2009:71) melalui Sagita, dkk (2019). Setelah penulis melakukan analisis kembali, sumber yang dijadikan data penelitian lebih selaras dengan kalimat deklaratif (berita), interogatif (tanya), dan Imperatif (perintah). Tetapi penulis hanya akan fokus pada kalimat Interogatif saja.

Dari pembagian wujud direktif, ditemukan 19 data kalimat interogatif. Dengan 9 data mempunyai jawaban dan 10 data merupakan kalimat interogatif berbentuk quiz yang tidak mempunyai lawan tutur.

Data 1

Hakase :はい、側そうです。みんなもお酒を知ってるかな?

Hai, gawasou desu. Minna mo osake wo shitterukana?

“Baik itu benar. Apakah semuanya tahu tentang alkohol?”

Taiyou :もちろん、知ってるよ!

Mochiron, shitteru yo!

Tentu tahu!

(Santorii/01:00 -01:06)

Percakapan di atas terjadi antara Taiyou dan Hakase. Pertanyaan pada data 1 adalah pertanyaan pertama dimana pertanyaan tersebut adalah topik utama dari iklan yang akan dibahas, yaitu mengenai sake atau minuman yang beralkohol.

Data 2

Hakase :では、このお酒君たち子どもが飲んでもいいものかな?

Dewa, kono osake kimitachi kodomo ga nonde mo ii mono kana?

“Oleh karena itu, sake ini bolehkah diminum oleh para anak-anak?”

Taiyou :ダメ決ってるじゃん!

Dame kimetteru jan!

Telah diputuskan tidak boleh!

(Santorii/01:10-01:15)

Pada data 2 adalah percakapan antara Taiyou dan Hakase. Membahas tentang peraturan yang akan dibahas mengenai anak usia dibawah 20 tahun itu tidak diperbolehkan

meminum minuman alkohol, dan dari sinilah akan dijelaskan lima dampak negatif dari minuman alkohol tersebut.

Data 3

Taiyou :博士、僕たちがお酒を飲んでしまうといたいどんな悪い影響があるの？

Hakase, Bokutachi ga osake wo nondeshimau to ittai donna warui eikyou ga aru no? “Dr, apa saja dampak buruk yang ditimbulkan jika kami meminum minuman beralkohol?”

Hakase :うん、詳しくは次のジャンパーで解説するぞ。

Un, kuwashiku ha sugi no janpaa de kaisetsu suru zo.

Baik, saya akan menjelaskan detailnya di jumper berikutnya.

(Santorii/02:26-02-35)

Pada data 3 percakapan antara Taiyou dan Hakase. Tokoh Taiyou bertanya kepada Hakase dampak-dampak negatif apa saja yang akan terjadi seorang anak minum minuman alkohol. Kemudian Hakase akan menjelaskannya pada sesi selanjutnya.

Data 4

Hibari :ううう、右のほう黒い部分が多いは？

Uuu, migi no houga kuroi buubun ga ooi wa?

“Hmm, apakah yang memiliki lebih banyak bagian hitam itu adalah sebelah kanan?”

Hakase :その通り、左は健康な人の脳の写真右の写真はお酒を長いたくさん飲んでる人の脳の写真じゃ。黒いところは隙間なんじゃ。つまりをお酒をたくさん飲んでる人の脳は健康な人のよりも隙間なが多くなっているということじゃ。

sono toori, hidari wa kenkouna hito no nou no shashin migi no shashin wa osake wo nagai takusan nonderu hito no nou no shashin ja, kuroi

tokoro wa sukimanan ja. Tsumari osake wo takusan nonderu hito no nou wa kenkouna hito no yori ni mo sukimana ga ooku natte iruto iu koto ja.

“Benar sekali foto yang sebelah kiri adalah foto otak orang yang sehat, dan foto sebelah kanan adalah foto orang yang sudah lama banyak minum minuman yang beralkohol. Bagian yang berwarna hitam merupakan celah. Dengan kata lain, otak orang yang minum alkohol memiliki lebih banyak celah dibandingkan orang yang sehat”.

(Santorii/05:35-05:41)

Pada data 4 percakapan terjadi antara Hibari dan Hakase. Tokoh Hibari bertanya mengenai sebuah foto rontgen otak manusia 1 gambar sebelah kiri memiliki bagian hitam (cairan) otak yang sedikit sedangkan gambar sebelah kanan memiliki bagian hitam (cairan) yang lebih banyak. Hakase mencoba menjelaskan bahwa foto yang sebelah kiri merupakan otak yang dimiliki oleh orang yang sehat dan yang sebelah kanan adalah foto

otak orang yang sudah banyak meminum alkohol dengan kata lain sel didalam otak akan berbeda dengan memiliki lebih banyak celah dibandingkan otak orang sehat.

Data 5

Hibari :方が縮でしもうとどうなるの?

Nouga chidjimin de shimau to douna naru no?

“Apa yang terjadi jika menyusut?”

Hakase :物覚えが悪くなったり集中力がなくなったりする。君たちは脳が成長していく大切な時期なのでお酒を飲むのは絶対にダメなんじゃ。

Mono oboe ga waruku nattari shuuchuuryoku ga nakunattari suru. Kimitachi wa nou ga seichoushite iku taisetsuna jikina node osake wo nomu no wa zettai ni dame nanja.

Anda akan kesulitan mengingat sesuatu atau kesulitan berkonsentrasi. Ini adalah saat yang penting bagi otak kamu untuk berkembang, jadi minum alkohol jelas bukan ide yang baik. (Santorii/05:43-05:48)

Pada data 5 percakapan antara Hibari dan Hakase. Kondisi dimana jika otak manusia itu menyusut apa dampak yang terjadi, dijelaskan bahwa hal itu bukan lah ide yang baik untuk mengkonsumsi alkohol karena dampaknya adalah bisa mengalami kesulitan mengingat sesuatu dan kesulitan berkonsentrasi artinya adalah kerja otak akan menurun, karena otak anak-anak itu masih dalam proses untuk berkembang jadi jika hal itu terjadi akan sangat disayangkan.

Data 6

Taiyou :お酒後読められなくなるって事?

Osake go yomerarenaku narutte koto?

“Apakah itu berarti anda tidak bisa berhenti setelah minum alkohol?”

Hakase :その通りじゃ。これの恐ろしいのはやめられない状態が増えるそれでもやめられないさらに量が増えるという悪循環になってしまう事じゃ。

Sono toori ja. Kore no osoroshii nowa yamerarenai joutai ga fueru sooredemo yamerarenai sara ni ryō ga fueru to iu akujunkan ni natte shimau koto ja.

“Itu benar, yang menakutkan dari hal ini adalah menjadi lingkaran setan dimana jumlah orang yang tidak bisa berhenti minum semakin banyak, dan orang yang tidak bisa berhenti minum semakin meningkat” (Santorii/06:37-06:41)

Pada data 6 percakapan terjadi antara Taiyou dan Hakase. Menjelaskan bahwa orang yang sudah mulai minum alkohol akan sulit untuk berhenti minum. Konteks lingkaran setan disitu adalah kesulitan keluar dari lingkaran kecanduan alkohol dimana jumlah orang yang tidak berhenti minum semakin banyak dan orang yang tidak bisa berhenti minum jadi semakin meningkat jumlahnya.

Data 7

Hibari :急性アルコール中毒って何?

kyuusei arukoru chuudokutte nani?

“Keracunan alkohol akut, apakah itu?”

Hakase :短時間にたくさんのお酒を飲むと吐き気がしたりふらふらして立ってられなくなったり呼吸が苦しくなったりして最悪の場合死んでしまうこともある。それが急性アルコールは中毒は大人でもなってしまうのじゃ。子供はお酒を分解する力が弱でなおさらその危険があるということじゃ。自分の命は大切に しないといかん。

Tanjikan ni takusan no osake wo nomu to hakikega shitari furafurashite tatteirarenakunattari kokyuu ga kurushikunattarishite saiaaku no baai shindeshimau koto mo aru . sorega kyuusei arukoru chuudokuna no jayo. Kyuusei arukoru wa chuudoku wa otona demo natteshimau no ja. Kodomo ha osake wo bunkaisuru chikara ga yowainode naosara sono kiken ga aru to iu koto ja. Jibun no inochi wa taisetsu ni shinai to ikan.

“Jika anda meminum banyak alkohol dalam jangka panjang, akan merasa mual, pusing, tidak mampu berdiri, kesulitan bernafas, dan dalam skenario terburuknya, bisa meninggal. Bahkan orang dewasa pun bisa menjadi kecanduan alkohol akut. Anak anak bahkan berisiko karena mereka memiliki kemampuan yang lemah dalam memecah alkohol. Harus menghargai jiwa”

(Santorii/07:59-08:19)

Pada data 7 percakapan antara Hibari dan Hakase. Mengenai kecanduan, jadi jika orang yang kecanduan alkohol apa dampak yang akan terjadi. Kemudian Hakase menjelaskan bahwa orang yang meminum alkohol dalam jangka panjang, akan timbul masalah kesehatan seperti mual, pusing, tidak mampu berdiri dan lain lain. Orang dewasa saja akan banyak mendapatkan efek buruk, jadi jika itu terjadi pada anak-anak akan sangat berbahaya karena imun tubuhnya belum kuat dan organ tubuh belum bisa memproses alkohol.

Data 8

Hakase :子供がお酒を飲んではいけない理由。ちゃんとわかったかな?

Kodomo ga osake wo nondewaikenai riyuu. Chanto wakattakana?

“Tahukan kenapa anak anak tidak boleh minum alkohol?”

Taiyou :うん、法律で禁止されていること。

Un, houritsu de kinshisareteiru koto,

“Ya, itu dilarang oleh hukum”

(Santorii/10:38-10-52)

Pada data 8 percakapan antara Hakase dan Taiyou. Penutup dari pemaparan mengenai lima dampak buruk minum minuman alkohol. Refleksi yang dapat diambil

diajukan pertanyaan oleh Hakase sekarang sudah tahu alasan tidak boleh minum alkohol. Taiyou langsung menjawab karena dilarang oleh hukum dan yang paling penting adalah dapat merusak kondisi tubuh.

Data 9

Hibari :博士、例えばしゃべるのが苦手な人の場合どうやって事あれば
いいかしら？

Hakase, tatoeba shaberu no ga nigatena hito no baai douyatte koto areba ii kashira?
“Dr, misalnya kalau ada yang tidak pandai bicara, apa yang harus saya lakukan?”

Hakase :しゃべるのが苦手な場合は動作で事あることもできるぞ。例え
ばどんな感じじゃ、1. 腕でバツを作る、2. 手をつきだす、
3. 首をよこにふる。

Shaberu noga nigate na baai ha dousa de koto aru koto mo dekiru zo.

Tatoeba donna kanjija 1. ude de batsu wo tsukuru 2. te wo tsukidasu 3. kubi
wo yoko ni furu.

“Jika kamu tidak pandai berbicara, kamu bisa menggunakan gerakan. Misalnya 1.
membuat tangan menyilang 2. menjulurkan tangan 3. menggelengkan kepala ke
samping”

(Santorii/13:19-13:40)

Pada data 9 percakapan antara Hakase dan Hibari. Menjelaskan bagaimana cara menolak dalam situasi apapun yang mempunyai peluang meminum alkohol. Hibari bertanya bagaimana cara menolak seandainya orang tersebut tidak pandai berinteraksi. Kemudian Hakase memberikan gambaran yang pertama bisa menolak dengan cara menyilangkan tangan, yang kedua bisa menolak dengan cara menjulurkan tangan dan yang ketiga menolak dengan cara menggeleng gelengkan kepala sebagai tanda tidak ingin minum.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan, maka diperoleh kesimpulan yaitu pembentukan tuturan interogatif dengan menggunakan tanda tanya. Ditemukan 19 data kalimat interogatif tetapi 10 data kalimat interogatif berbentuk quiz. Kajian pragmatik dengan data kalimat interogatif tidak cocok menggunakan sumber data iklan, lebih baik menggunakan data drama, atau anime. Kemudian, referensi yang didapat kajian pragmatik dengan sumber data iklan itu sangat sedikit sekali referensinya. Menurut penulis iklan lebih cocok dengan analisis framing.

Sumber data yang penulis miliki tidak cocok dengan pengelompokan jenis kalimat direktif yang menyatakan bentuk perintah (meirei), permintaan (irai), larangan (kinshi), izin kyouka, dan anjuran (teian). Tetapi, lebih cocok ke wujud bentuk kalimat direktif yaitu deklaratif, interogatif, dan imperatif. Pada penelitian ini sumber data lebih condong ke kalimat interogatif karena memiliki banyak pertanyaan. Saran untuk penelitian kedepannya adalah, telaah terlebih dahulu apakah sumber data yang dimiliki cocok untuk

kalimat interogatif, deklaratif, atau imperatif. Kemudian, dijelaskan secara lengkap hubungan ilokusi dengan konteks lokusi secara lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Rosyadi, M. D., & Amri, M. (2018). Tindak Tutur Ilokusi Direktif dalam Serial Animasi One Piece Karya Oda Eiichi Episode 384-400. *Jurnal Hikari*, 6. <https://core.ac.uk/download/pdf/230780164.pdf>
- Heryathan, A., & Sri, I. (2023). Ilokusi Direktif dan Bahasa Indonesia: Kajian Pragmatik. *Jurnal Sakura UDAYANA*, 5 (1). <https://pdfs.semanticscholar.org/d69c/ae3165fa9805636da464bbc202ca015789c.pdf>
- Hidayati, Y., & Wijayanti, D. F. (2021). Tindak Tutur Direktif dalam Drama Doctor X SEASON 3 (Kajian Pragmatik). *NIJI: Jurnal Kajian Sastra, Budaya, Pendidikan dan Bahasa Jepang*, 3(1), 15-25. <https://scholar.google.com/citations?user=GfdP3ix722wC&hl=id&oi=sra>
- Hidayati, Y., Syukur, A. A. K., & Simpatik, F. (2021). Ekspresi Kecewa dalam Film Jepang “Hot Road” (Kajian Pragmatik). *NIJI: Jurnal Kajian Sastra, Budaya, Pendidikan dan Bahasa Jepang*, 3(2), 122-137. <https://niji.ipbcirebon.ac.id/index.php/niji/article/view/82>
- Syukur, A. A. K., & Tania, V. (2020). Implikatur Sindiran dalam Drama “Rich Man, Poor Woman” (Kajian Pragmatik). *NIJI: Jurnal Kajian Sastra, Budaya, Pendidikan dan Bahasa Jepang*, 2(1), 1-9. <https://www.niji.ipbcirebon.ac.id/index.php/niji/article/download/66/55>
- Frandika, E., & Idawati, I. (2020). Tindak tutur Ilokusi dalam FLM Pendek “Tilik (2018)”. *Pena Literasi*, 3(2), 61-69. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/penaliterasi/article/view/7392>
- Nirmala, V. (2017). Tindak Tutur Ilokusi pada iklan komersial Sumatera ekspres. *Kandai*, 11 (2), 139-150. <https://ojs.badanbahasa.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/kandai/article/view/222>
- Hidayat, T. R., & Mulyadi, M. (2020). Konstruksi Interogatif Bahasa Jepang: Analisis X-Bar. *Chi'e: Journal Of Japanese Learning and Teaching*, 8(1), 33-42. <https://scholar.archive.org/work/pdymdrxs5cppi6djumo7mv3k4/access/wayback/http://omiyage.ppj.unp.ac.id/index.php/omiyage/article/download/189/94>
- Budiman, J., & Setiawan, T. (2019). Konstruksi Kalimat Imperatif Ajakan Dalam Bahasa Jepang dan Bahasa Indonesia. *KIRYOKU*, 5(2), 257-264. <https://journal.unnes.ac.id/sju/chie/article/view/37327>
- Sagita, V. R., & Setiawan, T. (2019). Tindak Tutur Ilokusi Ridwan Kamil dalam Talkshow Insight di CNN Indonesia. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesustraan, Dan Budaya*, 9 (2), 189-193. <https://www.academia.edu/download/101793456/pdf.pdf>
- Kasmawati, K., & Harisal, H. (2021). Konstruksi Kalimat Imperatif Ajakan Dalam Bahasa Jepang Dan Bahasa Indonesia. *KIRYOKU*, 5(2), 257-264. <https://www.researchgate.net/profile/Kasmawati-Kasmawati->

- 5/publication/357045175_Konstruksi_Kalimat_Imperatif_Ajakan_Dalam_Bahasa_Jepang_Dan_Bahasa_Indonesia/links/642c21e9ad9b6d17dc353e2a/Konstruksi-Kalimat-Imperatif-Ajakan-Dalam-Bahasa-Jepang-Dan-Bahasa-Indonesia.pdf
- Irmayanti, D., & Ainie, I. (2022). Bentuk Tindak Direktif pada Kalimat Deklaratif dalam Serial Drama Jepang. *AYUMI: Jurnal Budaya, Bahasa dan Sastra*, 9(2), 154-172. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ayumi/article/view/5159/2766>
- Nabila, A. H. (2022). Kesantunan Tuturan Interogatif dalam Talkshow Kick Andy Ada Apa dengan Luhut di Youtube. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 8(2), 749-759. <https://e-journal.my.id/onoma/article/view/1979>