

**TINDAK TUTUR PERSUASIF BERBAHASA BUGIS PADA
POSTER COVID-19 DI KABUPATEN MAROS**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Tugas Akhir Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sastra Pada Departemen Sastra Daerah Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Hasanuddin

Oleh:

IRWANI

F021171002

MAKASSAR

2021

SURAT PERSETUJUAN

Sesuai dengan surat penugasan Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin Nomor: 689/UN4.9.1/KEP/2021. Pada tanggal 24 Agustus 2021, dengan ini kami menyatakan menerima dan menyetujui skripsi yang berjudul “Tindak Tutur Persuasif Berbahasa Bugis Pada Poster COVID-19 Di Kabupaten Maros”

Makassar, 24 Agustus 2021

Konsultan I



Prof. Dr. Gusnawaty, M.Hum
NIP 196512311989032002

Konsultan II



Dr. Firman Saleh, S.S., M.Hum
NIP 198701032020121007

Disetujui untuk diteruskan

Kepada Panitia Ujian Skripsi a.n. Dekan Fakultas Ilmu Budaya Unhas

Ketua Departemen Sastra Daerah



Dr. Muhlis Hadrawi, M.Hum.
NIP 197012311998031078

SKRIPSI
TINDAK TUTUR PERSUASIF BERBAHASA BUGIS PADA POSTER
COVID-19 DI KABUPATEN MAROS

Disusun dan Diajukan Oleh:

IRWANI
Nomor Pokok: F021171002

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi

Pada Tanggal 24 Agustus 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat



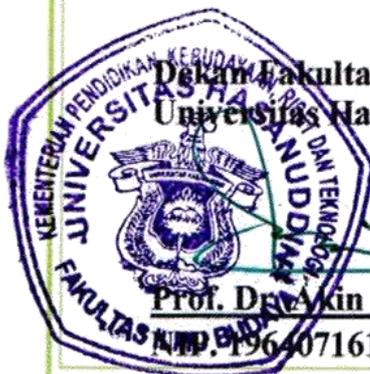
Menyetujui
Komisi Pembimbing

Konsultan I

Konsultan II

Prof. Dr. Gusnawaty, M.Hum
NIP 196512311989032002

Dr. Firman Saleh, S.S., M.Hum
NIP 198701032020121007



Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. Akin Duli, M.A
NIP. 196407161991031010

Ketua Departemen Sastra Daerah
Fakultas Ilmu Budaya

Dr. Muhlis Hadrawi, M.Hum
NIP. 197012311998031078

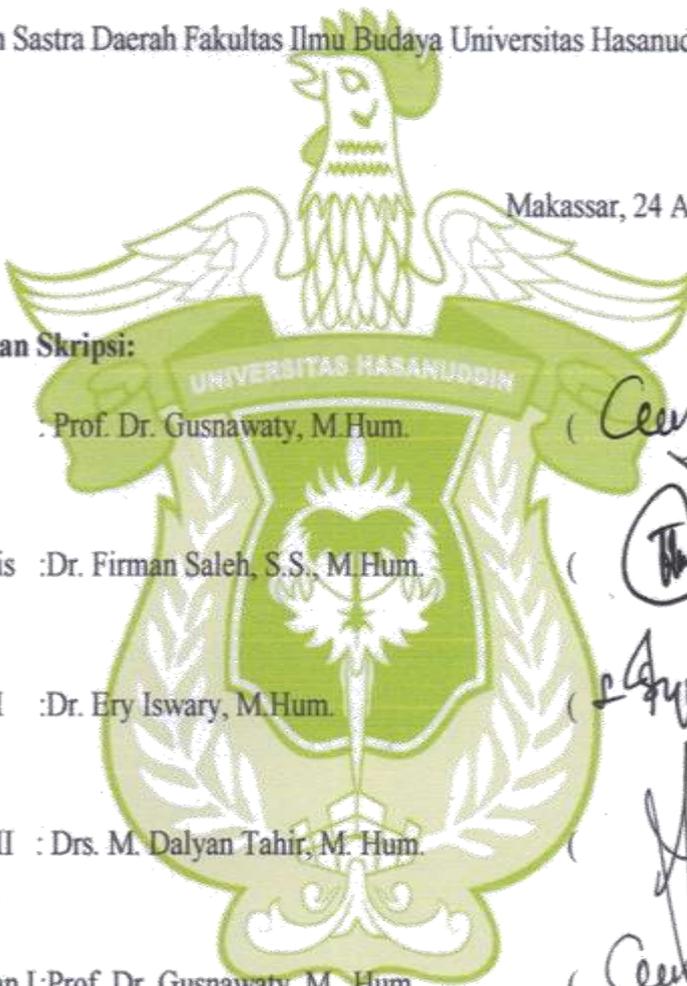
UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU BUDAYA

Pada hari Selasa tanggal 24 Agustus 2021, Panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul **“Tindak Tutur Persuasif Berbahasa Bugis Pada Poster Covid-19 Di Kabupaten Maros”** yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Departemen Sastra Daerah Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 24 Agustus 2021

Panitia Ujian Skripsi:

- 
1. Ketua : Prof. Dr. Gusnawaty, M.Hum. ()
 2. Sekretaris : Dr. Firman Saleh, S.S., M.Hum. ()
 3. Penguji I : Dr. Ery Iswary, M.Hum. ()
 4. Penguji II : Drs. M. Dalyan Tahir, M. Hum. ()
 5. Konsultan I: Prof. Dr. Gusnawaty, M. Hum. ()
 6. Konsultan II: Dr. Firman Saleh, S.S., M.Hum. ()

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Irwani

NIM : F021171002

Program Studi : Sastra Daerah Bugis-Makassar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan plagiasi tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini merupakan hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Agustus 2021

Yang menyatakan



Irwani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Pragmatik	9
2. Tindak Tutur.....	10
B. Retorika	17
C. Penelitian Relevan.....	21
D. Kerangka Pikir.....	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis penelitian	28
B. Waktu dan lokasi penelitian	28
C. Sumber Data.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Bentuk Tindak Tuter Persuasif Poster COVID-19 Berbahasa Bugis	32
a. Tindak Tuter Persuasif Kategori Direktif	33
b. Tindak Tuter Persuasif Kategori Asertif.....	44
c. Tindak Tuter Persuasif Kategori Ekspresif.....	50
B. Strategi Mengajak Yang Digunakan Dalam Poster COVID-19.....	52
a. Tindak Tuter langsung	53
b. Tindak Tuter tidak langsung	57
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Bentuk Tindak Tutur Persuasif Poster COVID-19	33
Tabel 2 Strategi Persuasif Pada Poster COVID-19 Berbahasa Bugis.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Edisi Bugis Maros	34
Gambar 2 Sabda Mallomo	36
Gambar 3 SMAN 7 Maros	37
Gambar 4 KKN Tematik Unhas.....	39
Gambar 5 PLN	40
Gambar 6 KKN Unhas Gel.104	41
Gambar 7 UPTD Puskesmas Mallawa.....	43
Gambar 8 KKN Tematik Unhas.....	45
Gambar 9 Sabda Mallomo	46
Gambar 10 UPTD Puskesmas Mallawa.....	48
Gambar 11 SMAN 7 Maros	49
Gambar 12 UPTD Puskesmas Mallawa.....	51
Gambar 13 Edisi Bugis Maros	54
Gambar 14 SMAN 7 Maros	55
Gambar 15 Sabda Mallomo	56
Gambar 16 UPTD Puskesmas Mallawa.....	58

KATA PENGANTAR

Pagi syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis karena bantuan dari beberapa pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina P, MA selaku Rektor Universitas Hasanuddin. Kepada bapak Prof. Dr. Akin Duli, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya. Kepada ketua departemen Sastra Daerah bapak Dr. Muhlis Hadrawi, S.S., M.Hum, serta kepada bapak Pammuda, S.S., M.Si. Selaku sekretaris jurusan yang telah memberi banyak motivasi selama proses pembelajaran di departemen Sastra Daerah Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada penasehat akademik sekaligus sebagai pembimbing pertama yaitu ibu Prof. Dr. Gusnawaty, M.Hum yang telah memberikan saran dan nasihat kepada penulis serta dengan penuh kesabaran dan kelapangan hati telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk membimbing penulis. Penulis juga berterimakasih kepada bapak Dr. Firman Saleh, S.S., S,pd., M.Hum sebagai pembimbing kedua yang penuh kelapangan hati meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberi saran dan kritik sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Mita Adriani yang telah menjadi teman sekaligus motivator penulis, terima kasih kepada seluruh

teman-teman saya angkatan 2017 yang telah kebersamai saya selama proses perkuliahan. Terima kasih pula kepada seluruh teman-teman baik senior-senior yang tidak sempat disebutkan namanya satu persatu. Kepada kedua orang tua tercinta penulis bapak Syahrir dan ibu Nurlianti. Hanya dengan doa dan dukungan sepenuh hati sehingga anakda mampu menyelasakain studi di departemen Sastra Daerah Fakultas Ilmu Budaya.

Makassar, Agustus 2021

Penulis

ABSTRAK

Irwani. 2021. Tindak Tutur Persuasif Berbahasa Bugis Pada Poster COVID-19 Di Kabupaten Maros. Dibimbing oleh (Gusnawaty, dan Firman Saleh).

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk-bentuk tindak tutur serta strategi tindak tutur persuasif yang digunakan dalam poster COVID-19 berbahasa Bugis di Kabupaten Maros. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara teknik observasi dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan dan menginterpretasi data berdasarkan teori pragmatik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk tindak tutur persuasif dalam poster COVID-19 meliputi 3 kategori yakni, pertama tindak tutur persuasif direktif, yang terdiri atas tindak tutur persuasif direktif menyuruh, tindak tutur persuasif direktif melarang, tindak tutur persuasif direktif mengajak, dan tindak tutur persuasif direktif menanyakan. Kedua, tindak tutur persuasif kategori asertif yang terdiri atas tindak tutur persuasif asertif menyatakan, dan tindak tutur persuasif asertif mengumumkan. Ketiga, tindak tutur persuasif kategori ekspresif salam. Selanjutnya, strategi persuasif dalam poster COVID-19 berbahasa Bugis terdiri atas 2 kategori yakni, tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung. Disimpulkan bahwa bentuk tindak tutur dalam poster COVID-19 berbahasa Bugis lebih banyak menggunakan tindak tutur direktif yang mendorong mitra tutur untuk melakukan sesuatu dan dalam mempersuasi khalayak strategi persuasif yang paling banyak digunakan adalah tindak tutur langsung.

Kata kunci: tindak tutur, strategi persuasif, poster COVID-19, bahasa Bugis.

ABSTRACT

Irwani. 2021. Acts of Persuasive Speech in Bugis Language on COVID-19 Posters in Maros Regency. Supervised by (Gusnawaty, and Firman Saleh).

This study aims to describe the forms of speech acts and persuasive speech act strategies used in the Bugis-language COVID-19 poster in Maros Regency. Data collection techniques were carried out by means of observation and documentation techniques. Data analysis in this study was carried out using qualitative descriptive techniques that describe and interpret data based on pragmatic theory.

The results of this study indicate that the forms of persuasive speech acts in the COVID-19 poster include 3 categories, namely, first directive persuasive speech acts, which consist of directive persuasive speech acts ordering, prohibiting directive persuasive speech acts, inviting directive persuasive speech acts, and persuasive speech acts. directive ask. Second, the persuasive speech act in the assertive category consists of the assertive persuasive speech act stating, and the assertive persuasive speech act announcing. Third, persuasive speech acts in the expressive category of greetings. Furthermore, the persuasive strategy in the Bugis-language COVID-19 poster consists of 2 categories, namely, direct speech acts and indirect speech acts. It is concluded that the form of speech acts in the Bugis language COVID-19 poster uses more directive speech acts that encourage the speech partner to do something and in persuading the audience the most widely used persuasive strategy is direct speech acts.

Keywords: speech act, persuasive strategy, COVID-19 poster, Bugis language.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa mempunyai fungsi dan peranan yang penting di dalam kehidupan manusia. Dengan bahasa, manusia dapat mengerti maksud dan keinginan tuturan orang lain. Fungsi bahasa adalah alat komunikasi manusia, baik tertulis maupun lisan. Komunikasi merupakan proses dimana seseorang memberikan informasi atau menyampaikan informasi kepada orang lain dengan menggunakan alat berupa simbol-simbol, tanda-tanda, bahasa dan tingkah laku (Wardaght dalam Chaer, 2010: 15). Bahasa digunakan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan atau maksud pembicara kepada pendengar (Nababan, 1984: 66).

Terdapat tiga komponen yang harus ada dalam setiap proses komunikasi, yaitu (1) pihak yang berkomunikasi, yakni pengirim dan penerima informasi yang dikomunikasikan; (2) informasi yang dikomunikasikan; dan (3) alat yang digunakan dalam komunikasi itu. Pihak yang terlibat dalam suatu proses komunikasi tentunya ada dua orang atau dua kelompok orang, yaitu pertama yang mengirim pesan dan yang kedua yang menerima pesan. Informasi yang disampaikan tentunya berupa suatu ide, gagasan, keterangan, atau pesan. Alat yang digunakan dapat berupa simbol atau lambang seperti bahasa karena hakikat bahasa adalah sebuah sistem lambang, berupa tanda-tanda seperti rambu lalu

lintas, gambar, atau petunjuk dan juga berupa gerak-gerik anggota badan (Chaer, 2010: 17).

Bahasa hadir menjadi alat komunikasi yang paling ampuh untuk menyatakan identitas suatu kelompok masyarakat. Dengan bahasa kepribadian bangsa dapat diperkuat, dipertebal, rasa harga diri, dan sebagai alat kebanggaan nasional. Bahasa daerah yang ada di Indonesia sebagai komponen budaya, merupakan bagian dari keberdayaan bangsa Indonesia yang hidup dan terus berkembang oleh pemakainya. Bahasa daerah merupakan salah satu aset kebudayaan Indonesia yang harus dijaga dan dipelihara oleh para penuturnya.

Fungsi dan kedudukan bahasa daerah sangat penting karena terdapat dalam UUD 1945, bab XV, pasal 36 berbunyi “bahasa-bahasa daerah yang dipelihara oleh rakyatnya dengan baik akan dihormati dan dipelihara juga oleh negara”, karena bahasa itu merupakan bagian dari Kebudayaan Indonesia yang hidup dan harus dipelihara kebudayaannya (Jahdiah, 2020: 2).

Bahasa Bugis merupakan bahasa daerah yang digunakan sebagian masyarakat di Sulawesi Selatan. Penggunaan bahasa Bugis tidak pernah lepas dari tindak tutur masyarakat termasuk tuturan persuasif pada poster COVID-19. Tindak tutur persuasif dalam poster pencegahan dan penyebaran COVID-19 merupakan ajakan untuk patuh pada protokol kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah guna untuk mencegah penyebaran COVID-19. Poster pencegahan dan penyebaran COVID-19 biasanya disebar di media sosial dan dipasang disepanjang jalan. Poster memiliki bahasa yang menarik dan unik secara tidak

langsung diharapkan dapat dipahami oleh pembaca sehingga dapat menimbulkan rasa empati.

Pemerolehan bahasa dapat dilakukan dengan pembacaan dan pemahaman bahasa. Pembacaan dapat diartikan kode yang didayagunakan untuk mengirim pesan supaya sampai ke indera penerima. Pemroduksian dapat diartikan sebagai kode-kode yang dibuat untuk media komunikasi yang mampu membedakan antara wacana dan pemahaman sehingga terjadi proses psikologis dalam diri pembaca sehingga otak dapat menangkap arti atau makna dari bahasa yang digunakan.

Poster COVID-19 yang disebarakan di media sosial sebagian besar berbahasa Bugis namun ada juga yang menggunakan Bahasa Indonesia. Bahasa indonesia memang lazim digunakan dalam kegiatan formal maupun informal. Terlepas dari itu bahasa Bugis juga patut dilestarikan dan ditingkatkan dalam penggunaan kegiatan formal maupun informal. Selain untuk melestarikan, peningkatan penggunaan bahasa Bugis dapat memperlihatkan ciri khas suatu daerah. Bahasa Bugis juga merupakan daya tarik bagi pembaca agar mudah untuk memahami maksud dan tujuan penutur. Poster merupakan media cetak yang bukan hanya menampilkan gambar tetapi juga menampilkan informasi yang sesungguhnya kepada khalayak.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa poster merupakan sebuah media cetak yang berisi tuturan pendek yang mengandung makna dalam setiap tuturannya. Poster biasanya digunakan untuk mempengaruhi pembaca dapat juga diartikan sebagai sebuah kata-kata atau kalimat yang relatif pendek mudah dipahami oleh

pembaca, biasanya digunakan untuk memberitahukan atau menyampaikan suatu informasi tertentu. Tuturan yang terdapat pada poster digunakan oleh penutur untuk memengaruhi mitra tutur dalam kajian pragmatik termasuk tindak tutur persuasif. Tindak tutur persuasif yang dimaksud berisi tuturan untuk mengajak, meminta dan mempengaruhi mitra tutur untuk melakukan sesuatu. Poster yang dimaksud pada penelitian ini yakni poster berbahasa Bugis yang berisi tentang imbauan atau ajakan untuk patuh pada protokol kesehatan guna untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Penutur menggunakan media bahasa dalam mengajak untuk mempengaruhi mitra tutur yang disertai dengan tindakan. Tindakan yang dilakukan saat memengaruhi atau mengajak, seperti memberikan contoh cara mencuci tangan yang benar, cara menggunakan masker yang benar serta tindakan-tindakan lainnya yang bermakna mengarah kepada dorongan atau ajakan agar mitra tutur atau khalayak dapat patuh pada protokol kesehatan yang telah ditetapkan atau dikeluarkan pemerintah untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Berbicara dengan disertai tindakan disebut sebagai tindak tutur. Salah satu kajian yang menghubungkan bahasa dan tindakan yang dilakukan oleh penutur dan petuturnya, berisi tindak tutur yang mengajak, meminta atau mempengaruhi, maka hal itu disebut sebagai tindak tutur persuasif Arief, (2015: 19). Persuasif ialah suatu seni verbal yang bertujuan meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau waktu yang akan datang. Artinya, dengan berbicara persuasif seseorang pembicara berusaha memengaruhi pendengarnya dengan berbagai cara (Keraf, 2007: 118). Tuturan persuasif

berfungsi untuk memerintah, menyuruh, atau meminta kepada lawan tutur untuk melakukan tindakan (Taufik, 2008: 2).

Tindak tutur dalam penelitian ini dipilih dengan alasan pada setiap tuturan dapat menyampaikan informasi dan maksud yang ingin disampaikan kepada lawan tutur. Baik dalam bentuk tindak tutur persuasif, misalnya tuturan yang terdapat pada poster COVID-19 yang berbunyi: “*pada onroki bola*” tulisan ini merupakan bahasa Bugis yang artinya “diharapkan untuk tinggal di rumah”. Kalimat tersebut merupakan kalimat yang berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak mengenai pencegahan COVID-19 agar tetap di rumah untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Penelitian ini penting dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui secara jelas maksud tuturan bahasa Bugis pada poster COVID-19 yang terdapat di persimpangan jalan maupun yang disebar di media sosial. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui secara jelas maksud tuturan yang disampaikan penutur. Oleh karena itu tindak tutur penting untuk dikaji untuk memahami masyarakat dengan tuturan-tuturan yang disampaikan sehingga terdapat kesenjangan antara pengetahuan masyarakat Bugis di Kabupaten Maros dengan kenyataan yang ada. Oleh sebab itu peneliti tertantang untuk melakukan penelitian yang berjudul “Tindak Tutur Persuasif Berbahasa Bugis Pada Poster COVID-19 di Kabupaten Maros”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

- a. Bentuk-bentuk tindak tutur persuasif berbahasa Bugis dalam poster COVID-19.
- b. Faktor-faktor penyebab poster COVID-19 berbahasa Bugis lebih menarik dan mudah di pahami.
- c. Strategi mengajak yang digunakan dalam poster COVID-19 berbahasa Bugis.
- d. Fungsi tindak tutur persuasif pada poster COVID-19 berbahasa Bugis.
- e. Bentuk-bentuk tindak tutur perlokusi pada poster COVID-19 berbahasa Bugis.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan di atas, perlu adanya pembatasan masalah agar penelitian ini lebih fokus dan terarah. Oleh karena itu agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas penulis membatasi penelitian pada bentuk-bentuk tindak tutur persuasif dan strategi mengajak yang digunakan dalam poster COVID-19.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dimaksudkan untuk memudahkan mengikuti uraian-uraian yang dibahas dalam sebuah penelitian. Di dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada 2 masalah yang akan dibahas, yaitu:

1. Bagaimana bentuk tindak tutur persuasif berbahasa Bugis dalam poster COVID-19.
2. Bagaimana strategi mengajak berbahasa Bugis yang digunakan dalam poster COVID-19.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan bentuk tindak tutur persuasif berbahasa Bugis dalam poster COVID-19.
2. Untuk mendeskripsikan strategi mengajak berbahasa Bugis yang digunakan dalam poster COVID-19.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca baik secara teoritis maupun praktis untuk dapat memahami lebih lanjut tentang analisis pragmatik pada poster.

a. Manfaat teoretis

1. Sebagai sumber informasi ataupun ilmu pengetahuan mengenai bentuk-bentuk tindak tutur persuasif.
2. Sebagai sumber informasi ataupun ilmu pengetahuan mengenai kajian tindak tutur.

b. Manfaat praktis

1. Sebagai referensi bagi peneliti lain untuk mendapatkan sumber ilmu maupun informasi sesuai dengan kajian yang diteliti.

-
2. Sebagai referensi sarana untuk menambah ilmu pengetahuan maupun informasi bagi pembaca yang berkaitan dengan tindak tutur persuasif berbahasa Bugis dalam poster COVID-19.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Landasan teori sangat diperlukan dalam suatu penelitian guna memberi arahan terhadap penelitian tersebut. Teori yang digunakan harus memberikan pemahaman terhadap objeknya. Landasan teori dalam penelitian ini yang digunakan sebagai acuan adalah teori pragmatik.

1. Pragmatik

Pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari makna dan konteks. Pragmatik merupakan suatu studi tentang makna yang disampaikan penutur (penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar atau pembaca (Yule, 1996: 3). Pragmatik mempelajari makna secara eksternal atau makna yang dikaji dalam ilmu pragmatik terkait dengan konteks (Yusri, 2016: 4).

Pragmatic terms cover both aspects of language that depend on the context of the structure and the principles of language use and that understanding has nothing or little to do with linguistic structures (istilah pragmatik mencakup kedua aspek bahasa yang bergantung pada konteks struktur dan prinsip penggunaan bahasa dan pemahaman itu tidak ada atau sedikit hubungannya dengan struktur linguistik, terjemahan <https://translate.google.com>) (Levinson, 1983: 11).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa inti dari pragmatik adalah penggunaan bahasa berdasarkan konteks. Konteks adalah setiap latar belakang pengetahuan yang dipikirkan dimiliki dan disetujui bersama oleh pembaca/penulis dan penyimak/pembaca serta yang menunjang interpretasi pembicara atau penulis terhadap apa yang dimaksud penyimak atau pembaca dengan ucapan tertentu. Konteks dalam sebuah ujaran merupakan hal yang sangat penting, sebab melalui konteks situasi sebuah tuturan dapat diketahui (Tarigan, 2015: 33).

2. Tindak Tutur

Tindak tutur adalah perilaku berbahasa seseorang yang berupa ujaran dalam peristiwa tutur. Tindak tutur dibagi menjadi 3 yakni tindak lokusi, tindak ilokusi dan tindak perlokusi. Tindak tutur juga merupakan entitas yang bersifat sentral dalam pragmatik. Entitas yang berarti sesuatu yang memiliki keberadaan unik dan berbeda. tindak tutur yang terhitung jumlahnya dan dikategorikan menjadi lima jenis yaitu representatif, direktif, ekspresif, komisif dan deklarasi (Arifiyani (2016: 2).

Tindak tutur merupakan salah satu bagian yang penting yang mendukung terjadinya situasi tutur. Teori tindak tutur pertama kali dicetuskan oleh Austin (1962) yang kemudian dikembangkan oleh Searle (1969). Austin menyatakan bahwa pada dasarnya saat seseorang mengatakan sesuatu, dia juga melakukan sesuatu. Definisi lain tindak tutur adalah tindakan-tindakan yang disampaikan lewat tuturan. Austin memperkenalkan tiga macam tindak tutur yaitu tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi (Yule dalam Wiyatasari, 2015: 46).

Teori tindak tutur merupakan salah satu teori yang mencoba mengkaji hubungan bahasa dan tindakan yang dilakukan oleh penutur dan petuturnya. Jika dalam tuturan tersebut berisi tindak tutur yang mengajak, meminta atau memengaruhi, maka hal itu disebut sebagai tindak tutur persuasif (Arief, 2015: 9). Persuasif merupakan suatu seni verbal yang bertujuan meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau waktu yang akan datang. Artinya, dengan berbicara persuasif seseorang pembicara berusaha memengaruhi pendengarnya dengan berbagai cara (Keraf, 2007: 118). Tuturan persuasif berfungsi untuk memerintah, menyuruh, atau meminta kepada lawan tutur untuk melakukan tindakan (Taufik, 2008: 2).

Dalam buku *Speech Act An Essay In The Philosophy Of Language* dikemukakan bahwa secara pragmatis ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur, yakni tindak lokusi (*Locutionary Act*), tindak ilokusi (*Ilocutionary Act*), dan tindak perlokusi (*Perlocutionary Act*). Jenis tindak tutur dalam setiap bahasa itu dipengaruhi oleh norma, kaidah, kepercayaan, tradisi, dan nilai-nilai sosial dalam sebuah budaya. Banyak jenis tindak tutur yang ada dalam setiap bahasa, terdapat lima klasifikasi besar sesuai dengan jenis *pragmatic force* yang dikandung di dalamnya. Secara garis besar para ahli pragmatik para ahli pragmatik membagi tindak tutur itu kedalam lima kelompok yaitu *assertive* atau *representative*, *directive*, *commissive*, *expressive* dan *declarative* atau *perperformative* (Searle, 1969: 20).

Tindak lokusi merupakan tindakan yang ditampilkan dengan menghasilkan suatu ungkapan linguistik yang bermakna. Tindak ilokusi

ditampilkan melalui penekanan komunikatif suatu tuturan. Tindak perlokusi menciptakan tuturan yang memiliki fungsi tanpa memaksudkan tuturan itu memiliki akibat. Tindak tutur dikelompokkan menjadi lima jenis yaitu tindak tutur representatif, direktif, ekspresi, komisif dan deklarasi. Tindak tutur representatif adalah tindak tutur yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang dituturkannya. Tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dilakukan agar penutur melaksanakan apa yang dikatakan oleh penutur. Tindak tutur ekspresif adalah tindak tutur yang dilakukan dengan maksud untuk menilai atau mengevaluasi hal yang disebutkan dalam tuturan. Tindak tutur deklarasi adalah tindak tutur yang dilakukan dengan maksud menciptakan keadaan yang baru (Yule, 2006: 83).

Austin membagi tindak tutur menjadi tiga tipe yakni tindak tutur lokusioner, ilokusioner dan perlokusioner. Tindak lokusioner adalah tuturan yang berarti bermakna dan dapat dipahami. Tindak ilokusioner adalah tuturan yang digunakan untuk melaksanakan tindakan atau fungsi bahasa. Kemuliaan Austin untuk membagi tindak ilokusioner menjadi performatif dan konstatif. Performatif sendiri adalah tindak tutur yang secara langsung mengacu ke tindakan yang dilakukan, sedangkan konstatif adalah tindak tutur yang menyatakan suatu hal apakah itu benar atau salah. Tipe perlokusioner adalah efek atau pengaruh dari tuturan yang dihasilkan.

Teori tindak tutur diperkenalkan oleh Austin. Teori tersebut dibukukan pada tahun (1962) dengan judul buku *how to do things with word*. Kemudian,

teori tersebut dikembangkan oleh muridnya Searle pada tahun (1979). (Austin dalam Ibrahim, 1993: 303-304) membagi tindak tutur menjadi 3 yakni:

a. Tindak tutur lokusi

Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang makna tindak tuturnya sesuai dengan makna yang dikatakan. Perwujudan tindak tutur lokusi berupa tuturan kalimat yang sudah pasti menyatakan atau mengungkapkan tentang sesuatu (dengan kata lain memiliki muatan dan referensi yang jelas), yang diutamakan dalam tindak tutur lokusi yakni isi tuturan yang diungkap oleh penutur (Arief, 2015: 14).

b. Tindak Tutur Ilokusi

Ilokusi yaitu tindak tutur yang mempunyai makna dan maksud tertentu dari apa yang dikatakan. Tindak ilokusi adalah tindakan melakukan sesuatu dengan maksud dan fungsi tertentu. Tindak ilokusi berhubungan dengan perbuatan dalam hubungannya dengan mengatakan sesuatu, atau tindakan tutur yang berisi pengucapan atau suatu pernyataan, janji, pertanyaan, perintah, nasehat, pujian dan tidak ilokusi lainnya (Iswary dalam Serliana, 2020: 18).

Terdapat sejumlah kata-kata ilokusi yakni: *report* (melapor), *announce* (mengumumkan), *predict* (meramalkan), *admit* (mengakui), *opine* (berpendapat), *ask* (meminta), *reprimand* (menegur), *request* (memohon), *suggest* (menganjurkan), *order* (menyuruh), *propose* (mengusulkan), *express* (mengungkapkan), *congratulate* (mengucapkan selamat), *promise* (berjanji), *thank* (mengucapkan terimakasih) dan *exhort* (mendesak) (Alston dalam Leech, 1964: 323).

c. Tindak Tutur Perlokusi

Perlokusi merupakan efek yang ditimbulkan dari apa yang telah dikatakan. Menurut Tarigan (2015) tindak tutur ini berupa efek dari pembicara kepada lawan bicara setelah mendengar sang pembicara. Tindak tutur perlokusi dikatakan dapat menimbulkan akibat, karena adanya suatu tindakan dalam mengatakan sesuatu (Iswary dalam Serliana, 2020: 19). Dari kedua pendapat tersebut, dapat dikatakan bahwa keduanya sejalan.

Terdapat sejumlah kata-kata perlokusi yakni: *bring h to learn that* (membuat t tahu bahwa), *persuade* (membujuk), *deceive* (menipu), *encourage* (mendorong), *irritate* (menjengkelkan), *frighten* (menakuti), *amuse* (menyenangkan), *get h to do* (membuat t melakukan sesuatu), *inspire* (mengilhami), *impress* (mengesankan), *distract* (mengalihkan perhatian), *get h to think about* (membuat f berpikir tentang), *relieve tension* (melegakan), *embarrass* (mempermalukan), *attract attention* (menarik perhatian), dan *bore* (menjemukan) (Alston dalam Leech, 1964: 35).

Terlihat pada daftar kata-kata di atas ada yang menimbulkan pengaruh/ efek pada pendengar. Kemudian, kembali ke bagian tindak tutur ilokusi sebagian teori yang digunakan dalam mengkaji objek yang dikaji.

d. Teori Tindak Tutur Ilokusi Searle

Untuk pembagian tindak tutur ilokusi terbagi menjadi 5 bentuk (Searle dalam Arief, 1969: 19-24). Kelima bentuk tersebut yaitu sebagai berikut:

1) Asertif

Tindak tutur asertif adalah tindak tutur dalam menyampaikan suatu hal atau masalah oleh seorang penutur dengan menggunakan proposisi tertentu, sehingga mewakili ekspresi kebenaran dari suatu yang disampaikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, menuntut, melaporkan dan menyombongkan. Adapun wujud verba lain dalam tindak tutur ini yakni: pernyataan ataupun penyimpulan yang biasanya menggunakan kata-kata pembatas menegaskan, percaya, laporkan, menyangkal, tepatnya, sangat, barangkali, hampir, dan secara ekstrim. Verba lain dalam tindak tutur ilokusi asertif selain pendapat Searle di atas, menurut (Leech, 2011: 327-328) seperti *affirm* (menguatkan), *allage* (menduga), *assert* (menegaskan) *forecast* (meramalkan), *predict* (memprediksi), *announce* (mengumumkan), dan *insist* (mendesak).

2) Direktif

Tindak tutur direktif adalah suatu tuturan yang bermuatan dorongan bagi petutur (lawan bicara) untuk melakukan sesuatu, misalnya memohon, menanyakan, menyuruh/ memerintah, mengajak, mendesak, menentang, meminta dengan tegas, melarang dan sejenisnya. Kata-kata tindak tutur ilokusi direktif meliputi: *ask* (meminta), *beg* (meminta dengan sangat), *bid* (memohon dengan sangat), *command* (memberi perintah), *demand* (menuntut), *forbid* (melarang), *recommend* (menganjurkan), dan *request* (memohon) (Leech, 2011: 327-328).

3) Komisif

Tindak tutur komisif ialah tindak tutur yang menuntut tanggung jawab penutur untuk melakukan sesuatu. Wujud tindak tutur komisif ini seperti berjanji, mengancam, bersumpah, menawarkan, menjamin dan sejenisnya. Kata-kata tindak tutur ilokusi komisif salah satunya seperti *vow* (berkaul) (Leech, 2011: 323-328).

4) Ekspresif

Tindak tutur ekspresif adalah tindak yang mengekspresikan sikap psikologis penutur terhadap sesuatu, misalnya, minta maaf, ucapan terima kasih, ucapan selamat, memuji, mengkritik, pengungkapan suka/ tidak suka, gembira/ kecewa dan sejenisnya.

5) Deklaratif

Tindak deklaratif merupakan tindak tutur yang memantapkan, membenarkan atau bahkan merubah sesuatu tindakan/keadaan melalui pernyataan yang diujarkannya. Biasanya tindak ini terelaborasi dengan aspek nonlinguistik sehingga pemahaman isi tuturan lebih spesifik antara penutur dan petutur, misalnya menyatakan setuju, tidak setuju, melanjutkan suatu komunikasi, ataupun mendeklarasikan sesuatu. Lebih lanjut, ada beberapa kata-kata yang ada kaitannya dengan deklaratif seperti: *adjourn* (menunda), *veto* (memvote), *sentence* (menjatuhkan hukuman) dan *baptise* (membaptis) (Leech, 2011: 328).

B. Retorika

Berbicara tentang persuasi tentunya tidak lepas dari retorika. Hal ini karena retorika berfungsi mencari cara agar dapat menghasilkan persuasi yang sukses atau berhasil sesuai yang diharapkan. Fungsi retorika adalah menemukan alat untuk mencapai persuasi yang sukses pada setiap keadaan yang dihadapi (Aristoteles, 2018: 15). Berdasarkan pendapat Aristoteles dapat dikatakan bahwa berkaitan antara retorika dan persuasi yakni persuasi sebagai tujuan dan retorika sebagai alat untuk mencari cara agar dapat mencapai persuasi sesuai harapan.

Retorika adalah kesenian untuk berbicara baik berdasarkan bakat alam dan keterampilan, sedangkan definisi dari retorika adalah persuasi (Burke dalam Serliana, 2020: 13). Definisi retorika secara sempit adalah seni yang atau ilmu yang mengajarkan kaidah-kaidah penyampaian tutur yang efektif melalui lisan atau tulisan untuk mempengaruhi pihak lain (Aziz, 2019: 4).

Berdasarkan pendapat terbanyak sejarah retorika dimulai pada abad ke-5 SM atau zaman kejayaan filsafat sophisme yang mendahului zaman filsafat klasik bangsa Yunani (Susanto dalam Serliana, 2020:13). Kemudian secara sistematis ilmu retorika dikembangkan di Yunani dengan nama *Techne Rhetorike* yang berarti ilmu tentang seni berbicara (Hendrikus dalam serliana, 2020:13).

1. Persuasif

Persuasif adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang persuasi bertujuan agar mitra melakukan sesuatu (Keraf, 2013: 118). Persuasi berarti bersifat membujuk secara halus

(supaya menjadi yakin). Lebih lanjut, persuasi merupakan teknik atau cara untuk memengaruhi seseorang dengan memanfaatkan data atau fakta psikologis dari mitra tutur yang hendak dipengaruhi (Sunarjo, 1983:30). Maka dari itu, mereka yang menerima persuasi harus mendapat keyakinan, bahwa keputusan yang diambilnya merupakan keputusan yang benar dan dilakukan tanpa paksaan.

Untuk meyakinkan mitra tutur, penutur harus memberikan kepercayaan pada mitra tutur agar terpengaruh akan tuturannya. Kepercayaan merupakan unsur utama dalam persuasi itu sendiri tidak harus diarahkan kepada kepercayaan tetapi dapat juga diarahkan kepada jangkauan yang lebih jauh, yaitu agar mitra tutur dapat melakukan sesuatu.

Sebagai proses komunikasi, persuasif harus mencakup paling sedikit tiga unsur, yaitu: komunikator, pesan dan komunikan (penerima). Persuasif mendorong untuk terus berkomunikasi dalam rangka penyatuan pandangan yang berbeda dan dalam rangka pembuatan keputusan personal maupun kelompok atau organisasi. Komunikasi memungkinkan para pengirim pesan bertindak sebagai persuader terhadap penerima pesan yang diharapkan akan berubah pikiran dan perilakunya.

Efek dari tindak tutur persuasif ialah berbentuk perubahan sikap pendapat dan tingkah laku. persuasif menjelaskan bahwa ada kategori atau kelas pesan tertentu yang dirancang sedemikian rupa untuk mempengaruhi keyakinan, kepercayaan, dan perilaku orang lain.

Tuturan persuasif jika dihubungkan dengan fungsi tindak tutur, maka akan masuk ke dalam golongan direktif atau komisif. Dimana direktif dimaksudkan

untuk menimbulkan beberapa efek melalui tindakan sang penyimak, misalnya seperti memesan, memerintah, memohon, meminta, menyarankan, menganjurkan dan menasihatkan. Tindak tutur persuasif bertujuan untuk membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu. Sementara komisif melibatkan pembicara pada beberapa tindakan yang akan datang, misalnya: menjanjikan, bersumpah, menawarkan dan memanjatkan (doa). Jika dilihat dari pengertian persuasif, yaitu kalimat yang bertujuan untuk meyakinkan dan membujuk orang lain agar mengikuti atau melakukan sesuatu yang dituturkan, maka tindakan komisif seperti menjanjikan atau bersumpah termasuk ke dalam tuturan persuasif, dikarenakan dua hal tersebut merupakan cara untuk meyakinkan seseorang tentang suatu hal sehingga orang tersebut mau mengikuti apa yang dituturkan seorang penutur.

2. Dasar-Dasar Persuasif

Sebelum melakukan persuasi terdapat beberapa syarat yang perlu diperhatikan dalam melihat persuasi. Adapun syarat-syarat itu menurut Aristoteles (Keraf, 2007: 121-124) yakni:

a. Watak Dan Kredibilitas

Karakter atau watak merupakan salah satu faktor yang selalu diperhitungkan dalam pergaulan antar manusia. Persuasi akan berlangsung sesuai dengan harapan penutur bila mitra tutur telah mengenal penutur sebagai orang yang berwatak baik. Watak dan seluruh kepribadian penutur dapat diketahui dari seluruh tuturannya. Gaya yang dipakai, pilihan kata, struktur kalimat, tema merupakan keseluruhan atau totalitas penutur.

Seorang pembawa acara di televisi misalnya dapat diukur watak dan kepribadiannya melalui sikap dan bahasanya.

b. Kemampuan Mengendalikan Emosi

Kemampuan mengendalikan emosi adalah kesanggupan penutur untuk mengobarkan emosi maupun kesanggupan penutur untuk memadamkan emosi tersebut bila diperlukan.

c. Bukti-bukti

Bukti atau fakta merupakan syarat yang paling berpengaruh dalam sebuah persuasi. Persuasi akan semakin efektif apabila disertai dengan bukti, karena dengan adanya bukti, keraguan akan hilang dan akan mendukung sebuah kebenaran.

3. Strategi Tindak Tutur Persuasif

Strategi tindak tutur persuasif dapat dibedakan menjadi tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung, dan tindak tutur literal dan tindak tutur tidak literal.

a. Tindak Tutur langsung

Tindak tutur langsung adalah tindak tutur yang dibentuk oleh pemfungsian secara konvensional modus-modus kalimat tertentu, seperti modus kalimat berita untuk memberi tahu, dan kalimat perintah untuk memerintah/menyuruh secara langsung.

b. Tindak Tutur tidak langsung

Tindak tutur tidak langsung adalah tindak tutur untuk memerintah seseorang untuk melakukan sesuatu secara tidak langsung, dengan menggunakan modus kalimat bertanya. Tindak tutur tidak langsung ini dimaksudkan agar yang diperintah tidak merasa kalau diperintah. Tuturan yang diutarakan secara tidak langsung biasanya tidak dapat dijawab secara langsung, tetapi harus segera dilaksanakan maksud yang terimplikasi didalamnya.

C. Penelitian Relevan

1. Kurniawan (2020). Dengan judul penelitian “Tindak Tutur Persuasif Pedagang Kaki Lima Di Pasar Kaget Gelora Haji Agus Salim Padang”. Hasil penelitian ini menguraikan bentuk-bentuk tindak tutur persuasif yaitu tuturan persuasif dalam tindak tutur asertif, tuturan persuasif dengan tindak tutur direktif, tuturan persuasif dalam tindak tutur komisif dan membahas mengenai fungsi tindak tutur persuasif berupa bujukan, anjuran, ajakan, persilahan, permohonan dan imbauan. Penelitian ini melihat bentuk-bentuk tindak tutur dan strategi mengajak atau strategi persuasif yang digunakan pada poster COVID-19 berbahasa Bugis yang berisi tentang imbauan atau ajakan untuk patuh pada protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan di atas memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu objek kajian yang digunakan, objek kajian yang digunakan yaitu pedagang kaki lima yang ada di pasar Kaget

Gelora Haji Agus Salim Padang sedangkan penelitian ini menggunakan objek kajian poster COVID-19 berbahasa Bugis. Persamaan dalam penelitian ini adalah teori yang digunakan yaitu teori tindak tutur dan sama-sama melihat bentuk-bentuk tindak tutur persuasif.

2. Cahaya (2017). Dengan judul Penelitian “Tindak Tutur Persuasif Guru Penjasorkes Dan Siswa Di SMKN 4 Bandar Lampung”. Hasil penelitian ini menguraikan jenis-jenis tindak tutur persuasif dengan berbagai teknik yaitu, pertama tindak tutur persuasif dengan teknik rasionalis yang membahas mengenai tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung. Ke dua tindak tutur persuasif dengan teknik sugesti yang membahas mengenai tindak tutur langsung dan tidak langsung. Ke tiga tindak tutur persuasif dengan teknik konformitas yang membahas mengenai tindak tutur langsung dan tidak langsung. Ke empat tindak tutur persuasif dengan teknik kompensasi yang membahas mengenai tindak tutur langsung dan tidak langsung. Ke lima tindak tutur persuasif dengan teknik penggantian yang membahas mengenai tindak tutur langsung dan tidak langsung. Ke enam tindak tutur persuasif dengan teknik proyeksi yang membahas mengenai tindak tutur langsung dan tidak langsung. Penelitian ini melihat bentuk-bentuk tindak tutur dan strategi mengajak atau strategi persuasif yang digunakan pada poster COVID-19 yang berisi tentang imbauan atau ajakan untuk patuh pada protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Cahaya di atas memiliki perbedaan dengan penelitian ini yang pertama yaitu objek kajian yang digunakan adalah guru penjasorkes dan siswa di SMKN 4 Bandar Lampung sedangkan penelitian ini menggunakan objek kajian poster COVID-19 berbahasa Bugis dan yang kedua peneliti melihat jenis-jenis tindak tutur persuasif sedangkan penelitian ini melihat bentuk-bentuk tindak tutur dan strategi mengajak atau persuasif yang digunakan pada poster COVID-19. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan teori tindak tutur.

3. Taufik (2013). Dengan judul penelitian “Wujud-Wujud Tuturan Persuasif Dalam Kampanye Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Pasuruan Tahun 2008 Ditinjau Dari Perspektif Tindak Tutur”. Hasil penelitian ini menguraikan bentuk-bentuk tindak tutur seperti tuturan persuasif dalam tindak tutur assertives, tuturan persuasif dalam tindak tutur komisif, tuturan persuasif dalam tindak tutur ekspresif, tuturan persuasif dalam tindak tutur deklarasi dan tuturan persuasif dalam tindak tutur direktif. Sedangkan, penelitian ini melihat bentuk-bentuk tindak tutur dan strategi mengajak atau strategi persuasif yang digunakan pada poster COVID-19 berbahasa Bugis yang berisi tentang imbauan atau ajakan untuk patuh pada protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Taufik di atas memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu objek kajian yang digunakan adalah kampanye pemilihan bupati dan wakil bupati pasuruan tahun 2008 sedangkan objek

kajian penelitian ini menggunakan objek kajian poster COVID-19 berbahasa Bugis. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama melihat bentuk-bentuk tindak tutur.

4. Sholeha (2013). Dengan judul penelitian “Tindak Persuasif Dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia Pada Situs Internet”. Hasil penelitian ini menguraikan modus tindak persuasif, teknik persuasif dan kebohongan tindak persuasif. Dalam modus tindak persuasif penelitian ini menjeaskan tiga modus persuasif yaitu modus tindak tutur persuasif dalam wujud kalimat deklaratif, modus tindak persuasif dalam wujud kalimat interogatif dan modus tindak persuasif dalam wujud kalimat imperatif. Pada teknik persuasif penelitian ini membagi lima teknik persuasif menurut teori yang dikemukakan Sunarjo yaitu, menempel (nebeng terkenal), mengelak (mengalihkan pesan), membungkus (membangun citra positif), perhatian (empati) dan dengan hadiah dan tanpa hadiah (mengunggulkan produk) dan terdapat enam kebohongan tindak persuasif yaitu melebih-lebihkan produk, permainan diskon, tipuan hadiah, permainan logika dan bukti ilmiah, memberikan janji palsu dan menunjukkan kesaksian palsu. Sedangkan, penelitian ini melihat bentuk-bentuk tindak tutur dan strategi mengajak atau strategi persuasif yang digunakan pada poster COVID-19 yang berisi tentang imbauan atau ajakan untuk patuh pada protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sholeha di atas memiliki perbedaan dengan penelitian ini yang pertama yaitu objek kajian yang digunakan adalah iklan komersial produk kecantikan sedangkan objek penelitian ini yaitu poster COVID-19 berbahasa Bugis. Ke dua peneliti melihat modus tindak tutur persuasif, teknik persuasif dan kebohongan tindak persuasif sedangkan penelitian ini melihat bentuk-bentuk tindak tutur dan strategi persuasif atau mengajak yang digunakan pada poster. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori tindak tutur.

5. Serliana (2021). Dengan judul penelitian “Tindak Tutur Persuasif Bahasa Makassar Di Kabupaten Jeneponto”. Hasil penelitian ini menguraikan bentuk tindak tutur persuasif dan teknik persuasif yang digunakan penjual obat herbal. Bentuk tindak tutur persuasif terbagi menjadi lima bagian yaitu asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif, sedangkan teknik persuasif yang digunakan terbagi menjadi tujuh bagian yaitu, rasionalis, identifikasi, sugesti, koformitas, kompensasi penggantian dan proyeksi. Sedangkan, penelitian ini melihat bentuk-bentuk tindak tutur dan strategi mengajak atau strategi persuasif yang digunakan pada poster COVID-19 yang berisi tentang imbauan atau ajakan untuk patuh pada protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Pada penelitian yang dilakukan oleh serliana di atas memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu objek kajian yang digunakan adalah penjual obat herbal di Kabupaten Jeneponto sedangkan objek penelitian ini yaitu poster COVID-19 berbahasa Bugis. Persamaan dengan penelitian ini

adalah sama-sama menggunakan teori tindak tutur dan sama-sama melihat bentuk-bentuk tindak tutur.

D. Kerangka Pikir

Pada penelitian ini yang menjadi objek kajian adalah poster COVID-19 berbahasa Bugis di Kabupaten Maros. Objek yang dikaji dengan pendekatan tindak tutur persuasif. Pada kajian pragmatik yang membahas teori tindak tutur persuasif membagi atas dua yaitu bentuk-bentuk tindak tutur persuasif dan strategi tindak tutur persuasif. Pada bentuk-bentuk tindak tutur persuasif terbagi atas beberapa bagian yaitu asertif, direktif, ekspresif, komisif dan deklaratif. Sedangkan pada strategi tindak tutur persuasif terbagi menjadi dua bagian yaitu tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung. Output atau luaran penelitian ini adalah bentuk-bentuk dan strategi tindak tutur.

