

**TINDAK TUTUR DIREKTIF PADA BANNER DI JALANAN WILAYAH
KECAMATAN BOJONEGORO: KAJIAN PRAGMATIK**

Yulika Gita Rahayu Ningtyas¹, Suhartono², Abdul Kholiq³

^{1,2,3} Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Surabaya

¹25020835035@mhs.unesa.ac.id, ²suhartono@unesa.ac.id,

³abdulkholiq@unesa.ac.id

ABSTRACT

This study aims to describe the form and function of directive speech on banners on the streets of Bojonegoro District in a pragmatic study. This study uses a qualitative approach with a descriptive method to understand the use of language in the context of public communication. The research data is in the form of words, phrases, and sentences that contain directive speech actions on banners, which are collected through listening, documentation, and recording techniques in various strategic locations. The data is then analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study show that there are seven forms of directive speech, namely orders, prohibitions, requests, invitations, appeals, platitudes, and questions. The most dominant forms are commands, prohibitions, and invitations, which indicate that banners are widely used to direct, control, and influence people's actions. In addition, these forms are conveyed with varied language strategies, both directly and indirectly, and pay attention to the level of politeness. In terms of function, directive speech on banners has persuasive, regulative, educational, and preventive functions. Commands and prohibitions tend to function to control behavior directly, while invitations, appeals, and requests emphasize a polite persuasive approach so that they are easily accepted by the community. Thus, banners as a medium of public communication not only function as a conveyor of information, but are also effective in shaping and influencing people's social behavior through the use of short, concise, and communicative language.

Keywords: Directive Speech, Banner, Pragmatic, Language Function, Public Communication

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk dan fungsi tindak tutur direktif pada banner di jalanan wilayah Kecamatan Bojonegoro dalam kajian pragmatik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami penggunaan bahasa dalam konteks komunikasi publik. Data penelitian berupa kata, frasa, dan kalimat yang mengandung tindak tutur direktif pada banner, yang dikumpulkan melalui teknik simak, dokumentasi, dan pencatatan di berbagai lokasi strategis. Data kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh bentuk tindak tutur direktif, yaitu perintah, larangan, permohonan, ajakan, imbauan, persilaan, dan pertanyaan. Bentuk yang paling dominan adalah perintah, larangan, dan ajakan, yang menunjukkan bahwa banner banyak digunakan untuk mengarahkan, mengontrol, dan memengaruhi tindakan masyarakat. Selain itu, bentuk-bentuk tersebut disampaikan dengan strategi bahasa yang bervariasi, baik

secara langsung maupun tidak langsung, serta memperhatikan tingkat kesantunan. Dari segi fungsi, tindak tutur direktif pada banner memiliki fungsi persuasif, regulatif, edukatif, dan preventif. Tuturan perintah dan larangan cenderung berfungsi mengendalikan perilaku secara langsung, sedangkan ajakan, imbauan, dan permohonan lebih menonjolkan pendekatan persuasif yang santun agar mudah diterima oleh masyarakat. Dengan demikian, banner sebagai media komunikasi publik tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga efektif dalam membentuk dan memengaruhi perilaku sosial masyarakat melalui penggunaan bahasa yang singkat, padat, dan komunikatif.

Kata Kunci: Tindak Tutur Direktif, Banner, Pragmatik, Fungsi Bahasa, Komunikasi Publik.

A. Pendahuluan

Bahasa merupakan bentuk komunikasi utama yang digunakan manusia untuk menyampaikan pikiran, perasaan, gagasan, serta kehendak kepada orang lain. Melalui bahasa, seseorang dapat membangun interaksi sosial, menjalin kerja sama, dan memengaruhi perilaku orang lain dalam kehidupan bermasyarakat. Bahasa juga berperan sebagai sarana penyampaian informasi yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan antarmanusia. Selain itu, bahasa menjadi alat penting dalam membentuk identitas sosial dan budaya suatu kelompok masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, penggunaan bahasa yang baik dan tepat dapat menciptakan hubungan yang harmonis serta memperlancar proses komunikasi.

Bahasa berperan sentral dalam membangun hampir seluruh informasi dan komunikasi (Meilani et al., 2022: 2). Sehingga bahasa sebagai media komunikasi publik tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk respons sosial masyarakat terhadap pesan yang diterima. Sebagai alat komunikasi, bahasa tidak hanya hadir dalam bentuk lisan melalui percakapan sehari-hari, tetapi juga dalam bentuk tulisan yang tersebar di berbagai ruang publik. Bahasa tulis di ruang publik memiliki peran penting karena mampu menyampaikan pesan secara cepat, singkat, dan menjangkau khalayak luas. Keberadaan bahasa tulis dapat ditemukan pada papan informasi, baliho, spanduk, poster, hingga banner di jalanan.

Masyarakat sering kali menggunakan media-media ruang publik sebagai sarana yang sangat

berpengaruh terhadap komunikasi. Media ruang publik merupakan sarana komunikasi yang menggunakan alat tertentu yang diletakkan di luar ruang atau di ruang gedung (Humaeroh et al., 2023: 226). Salah satu media tulis publik yang sering dijumpai adalah berbentuk banner. Banner media yang memuat pesan atau informasi yang ditujukan kepada khalayak luas dan berfungsi sebagai sarana komunikasi promosi bagi suatu usaha maupun produk guna menarik perhatian serta minat masyarakat (Yolanda & Nugroho 2025: 2). Banner dipasang di jalanan sebagai sarana promosi, penyampaian informasi, imbauan, larangan, maupun ajakan kepada masyarakat.

Di wilayah Kecamatan Bojonegoro, keberadaan banner semakin mudah ditemukan di sepanjang jalan utama, pertigaan, depan toko, sekolah, kantor pemerintahan, hingga area permukiman. Keberadaan banner di jalanan Bojonegoro saat ini tidak terlepas dari perkembangan ekonomi lokal, meningkatnya aktivitas usaha mikro, promosi jasa, kegiatan sosial, dan kebutuhan penyebaran informasi secara cepat. Hal tersebut dipengaruhi oleh pertumbuhan

ekonomi daerah yang cukup dinamis. Meningkatnya jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah mendorong penggunaan banner sebagai media promosi yang dinilai murah, praktis, dan efektif. Banyak pelaku usaha memilih banner untuk memperkenalkan produk makanan, jasa percetakan, kursus, layanan servis, maupun toko daring. Selain itu, instansi pemerintah dan organisasi masyarakat juga memanfaatkan banner untuk menyampaikan informasi penting. Dengan demikian, banner di Bojonegoro tidak hanya berfungsi komersial, tetapi juga memiliki fungsi sosial dan edukatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa banner telah menjadi bagian penting dari komunikasi publik masyarakat modern.

Berbagai banner dapat ditemukan dengan isi pesan yang beragam, seperti promosi makanan dan minuman, pendidikan, pengumuman kegiatan masyarakat, kampanye kesehatan, hingga imbauan keselamatan berlalu lintas. Tuturan yang digunakan dalam banner umumnya bersifat singkat, padat, dan langsung pada sasaran agar mudah dipahami oleh masyarakat, khususnya pengguna jalan yang memiliki waktu

terbatas untuk membaca. Tutaran pada banner cenderung memanfaatkan bentuk persuasif untuk menarik perhatian dan mendorong pembaca melakukan tindakan tertentu. Sejalan dengan pemikiran Wibawa dkk (2021: 27) bahwa Penggunaan gaya bahasa persuasif harus dirancang semenarik mungkin melalui pilihan kata yang unik, warna serta gambar yang mencolok, dan mampu memainkan emosi khalayak, seperti menimbulkan rasa penasaran, harapan, keinginan, kesadaran, maupun rasa bersalah, sehingga dapat memengaruhi perilaku konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa banner memiliki daya ilokusi yang besar karena dirancang untuk memengaruhi perilaku masyarakat secara cepat.

Penggunaan bahasa yang bertujuan memengaruhi tindakan mitra tutur disebut tindak tutur direktif dalam kajian pragmatik. Tindak tutur sendiri dalam pragmatik dibagi menjadi 3 yaitu tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi (Searle dalam Muaya, 2014:2). Tindak tutur lokusi merupakan tuturan yang berfungsi menyatakan sesuatu sesuai makna kata atau kalimat yang diucapkan.

Tindak tutur ilokusi adalah tuturan yang mengandung maksud tertentu dari penutur, seperti memerintah, meminta, mengajak, melarang, atau menasihati. Adapun Tindak tutur perlokusi, merupakan tindak tutur yang fungsinya untuk memengaruhi lawan tutur yang diajak berkomunikasi (Sari et al., 2022: 99). Berbagai tindak tutur perlokusi misalnya pembaca menjadi tertarik, patuh, takut, atau terdorong melakukan tindakan tertentu.

Tindak tutur ilokusi menurut Searle dibagi menjadi 5 yaitu asertif, komisif, direktif, ekspresif, dan deklaratif (Frandika & Idawati 2020: 62). Tentunya pada penelitian ini menggunakan tindak tutur ilokusi direktif sebagai upaya memengaruhi tindakan masyarakat secara cepat melalui media banner. Tindak tutur direktif sendiri dapat diartikan sebagai tuturan yang dimaksudkan agar lawan tutur melakukan sesuatu sesuai kehendak penutur, seperti memerintah, meminta, melarang, mengajak, menasihati, atau menyarankan. Sejalan dengan pendapat Aulia dan Abdurahman (2024: 13) bahwa tindak tutur direktif merupakan tuturan yang digunakan oleh penutur untuk memerintahkan

mitra tutur melakukan apa yang diperintahkan. Fenomena penggunaan banner di wilayah Kecamatan Bojonegoro menunjukkan adanya variasi bentuk tindak tutur direktif yang menarik untuk diteliti. Sehingga objek penelitian ini berfokus pada kata, kalimat ataupun frasa yang ada pada *banner* yang ditemukan di jalanan wilayah Kecamatan Bojonegoro.

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai tindak tutur direktif antara lain dilakukan oleh (Fathonah, 2022) yang menyimpulkan bahwa Penggunaan tuturan direktif dalam iklan layanan masyarakat banyak ditemukan pada setiap unggahan iklan layanan masyarakat. Selanjutnya penelitian dari (Sari et al., 2023) bahwa menemukan 14 spanduk yang terdapat tidak tutur direktif dari 10 jalan yang berbeda. (Putri et al., 2025) juga menganalisis tindak tutur direktif dari Komentar Warganet dalam Postingan Najwa Shihab tentang “Peringatan Darurat”. Hasilnya 35 komentar yang mengandung 10 jenis tindak tutur direktif.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa kajian tindak tutur direktif telah dilakukan pada berbagai media, seperti iklan

layanan masyarakat di media digital, spanduk, dan komentar media sosial. Penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada identifikasi bentuk atau jenis tindak tutur direktif dalam konteks komunikasi tertentu. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji **bentuk dan fungsi tindak tutur direktif pada banner di jalanan wilayah Kecamatan Bojonegoro** masih sangat terbatas. Padahal, banner jalanan merupakan media komunikasi publik yang dekat dengan kehidupan masyarakat dan memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan persuasif secara langsung, inilah letak kebaruan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk dan fungsi tindak tutur yang ada di jalanan kecamatan bojonegoro. Secara lebih khusus, penelitian ini diarahkan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk tindak tutur direktif yang digunakan pada banner, seperti perintah, larangan, ajakan, permintaan, saran, maupun nasihat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan menjelaskan fungsi komunikatif dari penggunaan tindak tutur direktif tersebut dalam kehidupan masyarakat, baik sebagai sarana

promosi, penyampaian informasi, pengendalian sosial, maupun pembentukan kesadaran publik. Penelitian ini penting dilakukan karena banner sebagai media komunikasi publik memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku masyarakat.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif**. Pendekatan metodologis dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami fenomena kebahasaan secara mendalam, khususnya bentuk dan fungsi tindak tutur direktif yang terdapat pada banner di jalanan Kecamatan Bojonegoro. Penelitian kualitatif menekankan pemahaman terhadap gejala sosial dan kebahasaan berdasarkan makna yang muncul di lapangan, bukan perhitungan angka semata. Sedangkan pendekatan teoritisnya adalah pendekatan pragmatik. Pendekatan pragmatik adalah sebuah pendekatan yang memfokuskan kajiannya terhadap peranan pembaca dalam menerima, memahami, dan menghayat suatu karya (Sari 2022: 154). Sehingga penelitian ini memfokuskan kepada

bentuk dan fungsi tindak tutur direktif yang ada di banner.

Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini adalah kata-kata atau frasa, kalimat yang ditulis pada Banner di jalanan wilayah kecamatan Bojonegoro. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dapat berupa tuturan direktif seperti memerintah, meminta, melarang, mengajak, menasihati, atau menyarankan. Tuturan direktif tersebut dapat ditandai melalui penggunaan kata kerja imperatif, pilihan kata persuasif, maupun susunan kalimat yang menunjukkan harapan penutur agar mitra tutur melakukan sesuatu sesuai maksud yang disampaikan. Dengan demikian, data penelitian tidak hanya dilihat dari bentuk bahasanya, tetapi juga dari maksud dan fungsi komunikatif yang terkandung di dalamnya. Data-data kualitatif dapat disusun dan ditafsirkan untuk menyusun suatu kesimpulan (Ardianto et al., 2025: 103). Data yang telah diperoleh dalam penelitian ini selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan jenis tindak tutur direktif, kemudian dianalisis makna serta fungsinya sesuai konteks.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode

simak dengan teknik lanjutan berupa **dokumentasi** dan **catat**. Metode simak dilakukan dengan cara mengamati secara langsung penggunaan bahasa yang terdapat pada banner di jalanan wilayah Kecamatan Bojonegoro. Peneliti mendatangi beberapa lokasi strategis, seperti sekitar alun-alun, pasar tradisional, kawasan pertokoan (jalan Patimura, panglima polim, jalan imam bonjol, jalan Pemuda Timur), depan sekolah, kantor pemerintahan, serta lingkungan permukiman yang banyak ditemukan banner. Banner yang memuat tuturan direktif kemudian difoto sebagai bahan dokumentasi agar data yang diperoleh bersifat autentik dan dapat ditelaah kembali. Teknik catat adalah teknik yang menyediakan data dengan mencatat data-data yang diperoleh (Ardila & Ningsih 2023: 208). Dalam hal ini isi tulisan pada banner dicatat dan ditranskripsikan ke dalam lembar pengumpulan data sesuai kebutuhan penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Tahap reduksi

data dilakukan dengan menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu tuturan yang mengandung tindak tutur direktif. Data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian disisihkan. Tahap berikutnya adalah penyajian data, yaitu menyusun data ke dalam tabel atau deskripsi sistematis berdasarkan jenis tindak tutur direktif, seperti perintah, larangan, ajakan, permintaan, saran, dan nasihat. Setelah data tersaji, peneliti melakukan penafsiran terhadap fungsi komunikatif dari tuturan tersebut sesuai konteks banner. Tahap terakhir ialah penarikan simpulan berdasarkan pola-pola yang ditemukan selama proses analisis. Melalui langkah-langkah tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan deskripsi yang jelas dan sistematis mengenai bentuk serta fungsi tindak tutur direktif pada banner di jalanan wilayah Kecamatan Bojonegoro. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian pragmatik, khususnya penggunaan bahasa dalam media ruang publik.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tindak ilokusi merupakan ujaran yang mengandung permintaan atau makna tersirat yang disampaikan melalui tindak tutur ilokusi. Sejalan dengan pendapat Oktapiantama & Utomo (2021: 79) bahwa tindak tutur direktif digunakan untuk menyampaikan maksud penutur sehingga ujaran atau sikap yang diungkapkan menjadi dasar bagi mitra tutur untuk melakukan suatu tindakan. Misalnya, dalam suatu interaksi, tindak tutur ilokusi dapat muncul dalam bentuk pertanyaan (Austin 1965). Sedangkan tindak tutur ilokusi juga dibagi menjadi 5 yaitu tindak tutur asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklaratif. Namun, penelitian ini memfokuskan pada analisis tindak tutur direktif, yang bertujuan untuk membuat pendengar melakukan sesuatu (Safitri & Maharani 2024). Sehingga tindak tutur ini berfokus pada bentuk dan fungsi kata atau kalimat yang ada pada Banner di jalan kawasan kecamatan Bojonegoro seperti perintah, larangan, ajakan, permintaan, saran, maupun nasihat. Berdasarkan analisis maka ditemukan tindak tutur direktif perintah 3, larangan 3, permohonan 1, ajakan 3, imbauan 2, persilakan 1, pertanyaan

1. Berikut penjelasan data-data yang didapatkan :

Tindak Tutur Direktif Perintah



Gambar 1. Banner Tindak Tutur Direktif Perintah

Banner menampilkan iklan air minum kemasan dengan teks utama:

“Pastikan Stok aman.”

Tuturan tersebut termasuk tindak tutur direktif berbentuk perintah. Perintah adalah kata-kata yang digunakan untuk menyuruh pendengar melakukan sesuatu (Datu & Mardikantoro 2022: 145). Sehingga tuturan itu menggunakan verba “pastikan” yang secara implisit memerintahkan pembaca untuk melakukan suatu tindakan. Namun, perintah tersebut tidak disampaikan secara keras atau memaksa, melainkan dalam nada halus yang lebih mengarah pada imbauan, sehingga dapat diterima tanpa menimbulkan resistensi. Kemudian dari segi fungsi, tuturan ini memiliki fungsi mengarahkan dan mempersuasi pembaca agar memastikan ketersediaan stok air

minum. Selain itu, tuturan ini juga berfungsi mendorong konsumen untuk mengantisipasi kemungkinan kehabisan stok, terutama dalam konteks situasi tertentu seperti meningkatnya kebutuhan. Di sisi lain, fungsi komersial juga sangat kuat, karena tujuan akhirnya adalah memengaruhi perilaku konsumen agar melakukan pembelian produk. Dengan demikian, tuturan ini tidak hanya berfungsi sebagai perintah, tetapi juga sebagai strategi persuasif yang efektif dalam konteks periklanan.



Gambar 2. Banner Tindak Tutur Perintah

Banner menampilkan teks utama :

“Tunaikanlah”

“ Pesan Sekarang”

Kedua tuturan tersebut dapat dikategorikan sebagai tindak tutur direktif yang berbentuk imperatif (perintah) karena keduanya menggunakan verba yang secara langsung mengarahkan pembaca

untuk melakukan suatu tindakan. Pada tuturan “tunaikanlah”, bentuk imperatif ditandai oleh penggunaan verba “tunaikan” yang ditambah partikel *-lah* sebagai penanda kesantunan, sehingga termasuk perintah halus. Meskipun demikian, secara esensial tetap mengandung makna menyuruh atau mengarahkan pembaca untuk melaksanakan suatu tindakan, yakni menunaikan ibadah aqiqah. Sementara itu, tuturan “pesan sekarang” merupakan perintah langsung tanpa penanda pelunakan, sehingga memiliki daya perintah yang lebih tegas dan eksplisit dalam mendorong pembaca untuk segera melakukan pemesanan.

Segi fungsi, kedua tuturan tersebut sama-sama berfungsi mengarahkan dan mendorong tindakan, yaitu agar pembaca melakukan dua hal: pertama, menunaikan ibadah (melalui “tunaikanlah”), dan kedua, melakukan tindakan konkret berupa pemesanan jasa (melalui “pesan sekarang”). Selain itu, keduanya memiliki fungsi persuasif, karena dirancang untuk memengaruhi keputusan pembaca, serta fungsi komersial, karena berkaitan langsung dengan tujuan promosi jasa aqiqah. Perbedaan

terletak pada tingkat kekuatan: “tunaikanlah” bekerja sebagai perintah halus yang membangun kesadaran, sedangkan “pesan sekarang” berfungsi sebagai perintah tegas yang menekankan tindakan segera. Dengan demikian, keduanya tetap termasuk direktif perintah, namun dengan variasi intensitas dan strategi penyampaian yang berbeda.



Gambar 3: Banner Tindak Tutar Perintah

Banner menampilkan teks utama :

“Rayakan Hari Kemenangan dengan Saling Memaafkan”

Tuturan tersebut dapat digolongkan tindak tutur direktif berbentuk imperatif perintah. Hal ini terlihat dari penggunaan verba dasar “rayakan” yang secara gramatikal menunjukkan tindakan yang harus dilakukan oleh pembaca. Dalam perspektif ini, penutur (pembuat banner) diposisikan seolah memiliki otoritas moral untuk mengarahkan perilaku masyarakat agar merayakan

Idul Fitri dengan cara tertentu, yaitu saling memaafkan. Dari segi fungsi, sebagai perintah, tuturan ini berfungsi mengarahkan secara normatif agar masyarakat mengikuti nilai yang dianggap benar dalam konteks sosial dan religius. Selain itu, tuturan ini juga memiliki fungsi regulatif, karena mencerminkan norma atau kebiasaan yang seharusnya dilakukan saat hari kemenangan. Fungsi edukatif juga tetap muncul, karena perintah tersebut mengandung nilai moral yang ingin ditanamkan kepada pembaca. Namun, perlu dicatat bahwa meskipun bisa dianalisis sebagai perintah, tingkat kekuatannya tetap tergolong perintah tidak langsung atau tidak tegas, karena tidak disertai unsur paksaan yang kuat.



Gambar 4. Banner Tindak Tutar Perintah

Banner menampilkan teks utama :

“Nikmati Momen Berbuka yang Lebih Hangat dan Bermakna”

Tuturan direktif pada tulisan utama banner tersebut termasuk perintah halus. Secara kebahasaan,

bentuk ini ditandai oleh penggunaan verba dasar “nikmati”. Struktur tersebut menunjukkan adanya tindakan yang diharapkan dilakukan oleh mitra tutur, yaitu menikmati pengalaman berbuka puasa dengan produk yang ditawarkan. Meskipun demikian, perintah dalam tuturan ini tidak bersifat keras atau memaksa, melainkan dikemas secara halus melalui pilihan diksi yang bernilai positif. Kalimat “momen berbuka yang lebih hangat dan bermakna” berfungsi sebagai penguat makna sekaligus alasan emosional yang mendukung tindakan yang diperintahkan, sehingga pembaca tidak merasa diperintah secara langsung, melainkan terdorong secara sukarela. Dari segi fungsi, tuturan ini berfungsi untuk **mengarahkan tindakan** (agar konsumen datang dan membeli), **memengaruhi atau membujuk** (melalui pendekatan emosional dan nilai kebersamaan), serta **menciptakan daya tarik persuasif** yang sesuai dengan konteks promosi Ramadan. Dengan demikian, bentuk imperatif dalam tuturan ini berfungsi ganda, yakni sebagai perintah secara struktural, tetapi secara pragmatik tetap mempertahankan nuansa persuasif

agar efektif dalam memengaruhi perilaku konsumen tanpa menimbulkan resistensi.



Gambar 5. Banner Tindak Tutur Perintah

Banner menampilkan teks utama :

“Langsung Telepon”

Kalimat utama tersebut termasuk **tindak tutur direktif berupa perintah**. Secara kebahasaan, tuturan ini berbentuk **imperatif** karena menggunakan verba dasar “**telepon**” tanpa subjek, yang merupakan ciri umum kalimat perintah dalam bahasa Indonesia. Kata “**langsung**” berfungsi sebagai penegas yang memperkuat makna perintah dengan memberi kesan bahwa tindakan tersebut perlu dilakukan **segera** tanpa penundaan. Dalam konteks banner layanan darurat aki mobil, penutur menggunakan tuturan ini untuk mengarahkan pembaca agar segera

menghubungi nomor yang telah disediakan ketika mengalami masalah pada kendaraan. Dengan demikian, fungsi utama tuturan ini adalah **mengarahkan tindakan secara langsung** serta **mendorong respons cepat** dari calon konsumen. Selain itu, tuturan tersebut juga memiliki fungsi **persuasif**, karena disusun dalam konteks situasi darurat sehingga pembaca terdorong untuk segera bertindak. Jadi, “Langsung telepon” merupakan **direktif perintah langsung** yang bertujuan mempercepat tindakan pembaca sesuai kebutuhan layanan yang ditawarkan.

Tindak Tutur Direktif Larangan



Gambar 6. Banner Tindak Tutur Larangan

Banner menampilkan teks utama

:

“Pengguna Jasa Layanan Parkir Dilarang Memberikan Uang Parkir”

Tuturan utama pada banner tersebut termasuk dalam bentuk

tindak tutur direktif berbentuk larangan. Secara gramatikal, penggunaan kata “dilarang” merupakan penanda yang jelas dari bentuk imperatif larangan, yaitu perintah untuk tidak melakukan suatu tindakan. Dalam hal ini, pembaca (pengguna parkir) diarahkan untuk tidak memberikan uang parkir kepada juru parkir. Dari segi fungsi, tuturan ini memiliki fungsi regulatif dan mengontrol perilaku, karena bertujuan mengatur tindakan masyarakat sesuai dengan kebijakan yang berlaku. Selain itu, tuturan ini juga berfungsi mencegah terjadinya praktik pungutan liar atau pembayaran parkir yang tidak sesuai aturan. Fungsi informatif juga muncul melalui penjelasan lanjutan, yaitu “karena jukir sudah digaji dari APBD Bojonegoro”, yang memberikan alasan logis agar masyarakat mematuhi larangan tersebut. Dengan demikian, tindak tutur ini bersifat tegas, langsung, dan memiliki kekuatan otoritatif karena berkaitan dengan kebijakan resmi pemerintah.



Gambar 7. Tindak Tutur Larangan

Banner menampilkan teks utama
:

“Kawasan Tanpa Rokok”

Tuturan utama pada banner tersebut merupakan bentuk **tindak tutur direktif berupa larangan**. Hal ini ditunjukkan melalui penggunaan frasa yang secara implisit melarang aktivitas merokok di area tersebut, serta diperkuat dengan simbol rokok yang dicoret sebagai tanda universal larangan. Meskipun tidak selalu menggunakan kata “dilarang” secara eksplisit, makna larangan tersampaikan dengan jelas melalui pilihan kata, konteks lingkungan sekolah, dan dukungan dasar hukum yang tercantum pada banner. Secara pragmatik, tuturan ini berfungsi untuk membatasi perilaku mitra tutur agar tidak melakukan tindakan merokok di kawasan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, spanduk tersebut dapat dikategorikan sebagai tindak tutur direktif tidak langsung yang bersifat tegas dan normatif, karena selain melarang, juga mengandung unsur kepatuhan terhadap aturan yang berlaku.



Gambar 8. Tindak Tutur Larangan

Banner menampilkan teks utama

:

“Dilarang Parkir Di Trotoar”

Tuturan utama pada banner tersebut termasuk **tindak tutur direktif berupa larangan**. Tindakan larangan merupakan tuturan yang menunjukkan bahwa mitra tutur tidak diperbolehkan melakukan sesuatu sesuai dengan kehendak penutur (Hidayati & syamsuyumita 2022: 282). Secara kebahasaan, penanda utamanya terletak pada kata **“dilarang”** yang secara eksplisit menyatakan pembatasan terhadap suatu tindakan. Berbeda dengan ajakan atau imbauan, bentuk ini memiliki daya ilokusi yang lebih tegas karena secara langsung menegaskan bahwa tindakan parkir di area trotoar tidak diperbolehkan. Frasa **“parkir di trotoar”** menunjukkan perilaku yang menjadi sasaran larangan, sehingga pesan yang disampaikan bersifat jelas, singkat, dan tidak menimbulkan penafsiran ganda. Dalam kajian pragmatik, tuturan ini merupakan **direktif langsung** karena penutur secara terang-terangan mengarahkan mitra tutur untuk tidak melakukan tindakan tertentu. Fungsi utama

tuturan ini adalah **melarang, mengendalikan perilaku pengguna jalan, dan menjaga ketertiban ruang publik** agar trotoar tetap dapat digunakan sebagaimana mestinya oleh pejalan kaki. Selain itu, tuturan tersebut juga memiliki fungsi preventif, yaitu mencegah terjadinya pelanggaran yang dapat mengganggu kenyamanan serta keselamatan masyarakat. Dengan demikian, banner ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjalankan fungsi regulatif yang kuat melalui bentuk direktif larangan yang tegas dan efektif.

Tindak Tutur Direktif Permohonan



Gambar 9. Banner Tindak Tutur Permohonan

Banner menampilkan teks utama :

“Mohon Doa & Dukungan Dana”

Kalimat tersebut termasuk tindak tutur direktif berupa permohonan. Secara kebahasaan, penanda utamanya adalah kata “mohon”, yang

dalam bahasa Indonesia lazim digunakan untuk menyampaikan permintaan secara santun. Tindak tutur ini berfungsi untuk mengekspresikan suatu permohonan mengenai sesuatu hal dengan hormat dan santun (Luqyana et al., 2022: 31). Berbeda dengan bentuk perintah, tuturan ini tidak mengandung unsur pemaksaan, melainkan menempatkan mitra tutur sebagai pihak yang diberi kebebasan untuk merespons. Frasa “doa & dukungan dana” menunjukkan tindakan yang diharapkan dari pembaca, yakni memberikan dukungan moral maupun material terhadap tujuan yang disampaikan pada banner.

Secara pragmatik, tuturan ini berfungsi mengarahkan pembaca agar tergerak membantu, tetapi melalui strategi kesantunan yang halus. Hal itu diperkuat oleh konteks lanjutan pada banner, yaitu informasi bahwa hasil penjualan tanah akan digunakan untuk pengembangan sarana masjid. Dengan demikian, permohonan tersebut tidak hanya menyampaikan kebutuhan, tetapi juga membangun legitimasi moral agar pembaca merasa terdorong untuk berpartisipasi.

Tindak Tutur Direktif Ajakan



Gambar 10. Banner Tindak Tutur Ajakan.

Banner menampilkan teks utama :

“Mari gabung bersama kami”

Tuturan tersebut termasuk ke dalam bentuk tuturan direktif ajakan yang digunakan untuk mendorong mitra tutur agar melakukan suatu tindakan secara sukarela. Penanda utama bentuk ini terletak pada penggunaan kata “mari” yang secara konvensional menunjukkan ajakan yang bersifat inklusif, yaitu melibatkan penutur dan mitra tutur dalam satu aktivitas bersama. Verba “bergabung” merepresentasikan tindakan yang diharapkan, yakni menjadi bagian dari institusi yang ditawarkan, sedangkan frasa “bersama kami” berfungsi memperkuat kesan kebersamaan dan kedekatan sosial. Dalam kajian pragmatik, tuturan ini termasuk direktif tidak langsung karena tidak menggunakan bentuk imperatif yang

tegas seperti perintah, melainkan dikemas secara persuasif dan santun. Fungsi utama dari tindak tutur ini adalah mengajak sekaligus memengaruhi pembaca agar tertarik untuk mendaftar, dengan cara menciptakan suasana komunikatif yang ramah dan tidak mengintimidasi. Selain itu, tuturan ini juga mengandung strategi kesantunan positif karena berupaya membangun hubungan yang akrab antara penutur dan mitra tutur. Dalam konteks media promosi seperti banner, bentuk direktif ajakan ini dinilai efektif karena mampu mengarahkan tindakan tanpa paksaan, sehingga pembaca merasa dihargai dan lebih terdorong untuk merespons ajakan tersebut secara positif.



Gambar 11. Tindak Tutur Ajakan Banner menampilkan teks utama :

“Ayo!!! Kembali Ke Alam Djamoe Tradisional”

Tuturan dalam kalimat utama banner termasuk **tindak tutur direktif berupa ajakan**. Secara kebahasaan,

penanda utamanya terletak pada kata **“ayoo”** yang dalam bahasa Indonesia lazim digunakan untuk mengajak mitra tutur melakukan suatu tindakan secara sukarela. Bentuk ini tidak menunjukkan paksaan sebagaimana perintah, melainkan mengandung dorongan persuasif yang mengundang pembaca untuk mengikuti anjuran penutur. Frasa **“kembali ke alam”** dan **“djamoe tradisional”** memperjelas tindakan yang diharapkan, yakni mengarahkan pembaca agar memilih pengobatan tradisional sebagai alternatif. Dalam konteks pragmatik, tuturan ini tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi tentang produk atau jasa, tetapi juga membangun ketertarikan emosional melalui diksi yang menonjolkan kesan alami, tradisional, dan sehat. Dengan demikian, fungsi utama tuturan tersebut adalah **mengajak, mempengaruhi pilihan pembaca, serta mengarahkan tindakan konsumen** agar datang atau menggunakan layanan yang ditawarkan. Penggunaan tanda seru yang berulang semakin memperkuat daya tarik dan intensitas ajakan, sehingga banner ini efektif sebagai media promosi yang bersifat persuasif namun tetap santun.



Gambar 12. Banner Tindak Tutur Ajakan.

Banner menampilkan teks utama :

“Yuk, Check-up Bareng Keluarga Di Momen HUT Ke-53 Prodia”

Tuturan utama pada banner tersebut termasuk **tindak tutur direktif berupa ajakan**. Secara kebahasaan, kata **“yuk”** menjadi penanda utama ajakan yang bersifat inklusif dan akrab. Penutur tidak menempatkan diri sebagai pihak yang memerintah, melainkan seolah mengajak pembaca melakukan kegiatan bersama. Verba **“check-up”** menunjukkan tindakan yang diharapkan, yaitu melakukan pemeriksaan kesehatan, sedangkan frasa **“bareng keluarga”** memperluas daya tarik emosional karena menekankan kebersamaan keluarga sebagai nilai positif. Dalam kajian pragmatik, tuturan ini merupakan **direktif tidak langsung** karena tidak

memuat unsur paksaan, tetapi bertujuan memengaruhi pembaca agar tertarik memanfaatkan layanan kesehatan yang ditawarkan. Fungsi utama tuturan ini adalah **mengajak**, **membujuk**, dan **mengarahkan tindakan konsumen** untuk melakukan pemeriksaan laboratorium. Selain itu, informasi lanjutan seperti **“hemat hingga 30%”** memperkuat fungsi persuasif dengan menambahkan keuntungan praktis bagi pembaca. Dengan demikian, banner tersebut tidak hanya menyampaikan informasi promosi, tetapi juga menggunakan strategi bahasa yang komunikatif dan santun agar masyarakat terdorong secara sukarela untuk merespons ajakan tersebut.

Tindak Tutur Direktif Imbauan



Gambar 13. Banner Tindak Tutur Imbauan

Banner menampilkan teks utama :

“Utamakan Keselamatan dan Kesehatan Kerja”

Tuturan **tersebut** adalah tindak tutur direktif berbentuk **imbau** yang disampaikan melalui struktur imperatif. Imbauan tersebut mengandung tujuan persuasif, yaitu mendorong pembaca untuk secara sukarela memprioritaskan keselamatan dan kesehatan dalam setiap aktivitas kerja tanpa adanya tekanan langsung. Dari segi fungsi, tuturan ini memiliki beberapa fungsi utama. Pertama, **fungsi mengarahkan**, yaitu mengarahkan individu agar selalu memprioritaskan aspek keselamatan dan kesehatan dalam aktivitas kerja. Kedua, **fungsi preventif**, karena bertujuan mencegah terjadinya kecelakaan kerja atau risiko kesehatan. Ketiga, **fungsi edukatif**, yakni memberikan pemahaman kepada masyarakat atau pekerja tentang pentingnya budaya keselamatan kerja. Keempat, **fungsi regulatif**, karena mencerminkan norma atau aturan yang seharusnya dipatuhi dalam lingkungan kerja. Dengan demikian, tuturan ini berbentuk imbauan yang bersifat mendidik dan melindungi dalam konteks sosial dan profesional.



Gambar 14. Banner Tindakan Tegur Imbauan

Banner menampilkan teks utama :

“Selalu berhati-hati dalam melakukan perjalanan mudik, agar selamat sampai tujuan”

Banner tersebut memuat tuturan yang termasuk dalam **tindak tutur direktif tidak langsung berupa imbauan**. Secara pragmatik juga jelas mengandung maksud mengarahkan tindakan mitra tutur. Frasa “selalu berhati-hati” menjadi inti ajakan yang bersifat kontinu dan preventif, sedangkan klausa “agar selamat sampai tujuan” berfungsi sebagai alasan logis sekaligus penguat makna yang menekankan pentingnya keselamatan. Dalam konteks ruang publik, pemilihan bentuk imbauan ini menunjukkan strategi komunikasi yang santun dan tidak memaksa, sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat luas. Fungsi utama tuturan ini adalah **mengingatkan,**

mengarahkan perilaku, dan **mengedukasi pengguna jalan** agar lebih waspada selama perjalanan mudik, yang identik dengan peningkatan risiko kecelakaan. Selain itu, tuturan ini juga memiliki fungsi sosial, yaitu menunjukkan kepedulian institusi terhadap keselamatan publik serta membangun kesadaran kolektif. Dengan demikian, banner tersebut tidak hanya menyampaikan pesan informatif, tetapi juga menjalankan fungsi direktif yang persuasif dan preventif, sehingga efektif dalam meminimalkan potensi bahaya di jalan raya.

Tindak Tutur Direktif Persilaan/Pemberian Izin



Gambar 15. Banner Tindakan Tegur Pemberian Izin

Banner menampilkan teks utama :

“Silakan Diambil”

Tuturan dalam banner tersebut merupakan bentuk tindak tutur direktif berupa persilaan atau pemberian izin. Hal ini ditandai dengan penggunaan kata “silakan” yang secara pragmatik berfungsi sebagai penanda

kesantunan dalam memberikan izin kepada mitra tutur untuk melakukan suatu tindakan, yaitu mengambil tanah urug yang disediakan. Tuturan ini tidak mengandung unsur paksaan atau keharusan, melainkan memberikan kebebasan kepada pembaca untuk memutuskan apakah akan mengambil atau tidak. Selain itu, kata “gratis” berperan sebagai penguat daya tarik tuturan, sehingga secara tidak langsung mendorong minat pembaca tanpa mengubah sifat dasarnya yang tetap bersifat persilaan. Secara fungsi, tuturan ini bertujuan untuk membuka kesempatan dan mempersilakan tindakan secara sukarela. Dengan demikian, secara pragmatik spanduk tersebut dapat dikategorikan sebagai tindak tutur direktif tidak langsung yang bersifat santun dan permisif, karena mengandung makna pemberian izin kepada mitra tutur tanpa adanya tekanan atau kewajiban untuk bertindak.

Tindak Tutur Direktif
Pertanyaan



Gambar 16. Banner Tindak Tutur Pertanyaan

Banner menampilkan teks utama :

“Aki Mobil Ngadat?”

Kalimat utama pada banner tersebut merupakan tindak tutur direktif pertanyaan retorik. Secara kebahasaan, bentuknya adalah kalimat interogatif yang ditandai dengan tanda tanya. Namun, dalam konteks banner iklan, penutur sebenarnya tidak sedang mencari jawaban verbal dari pembaca. Pertanyaan tersebut digunakan untuk menarik perhatian dan membangun keterlibatan langsung dengan calon konsumen yang mungkin sedang mengalami masalah pada aki mobilnya. Dengan cara itu, pembaca diarahkan untuk merasa bahwa pesan tersebut relevan dengan situasi yang sedang dihadapi. Dari sudut pragmatik, fungsi tuturan ini adalah memancing respons tindakan, bukan respons lisan. Setelah pertanyaan “Aki mobil ngadat?”, banner langsung diikuti oleh tuturan “Langsung telepon”. Hubungan keduanya menunjukkan bahwa pertanyaan tersebut menjadi strategi awal untuk

menggiring pembaca menuju tindakan yang diinginkan, yaitu menghubungi layanan yang ditawarkan. Jadi, kalimat itu dapat dikategorikan sebagai direktif tidak langsung karena melalui bentuk pertanyaan, penutur sebenarnya sedang mengarahkan perilaku pembaca agar segera mengambil langkah tertentu. Dengan demikian, fungsi utamanya adalah menarik perhatian, membangun relevansi situasional, dan mempersiapkan pembaca untuk merespons ajakan berikutnya .

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap tuturan pada banner di jalanan wilayah Kecamatan Bojonegoro, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa pada media tersebut didominasi oleh tindak tutur direktif yang bertujuan memengaruhi tindakan pembaca. Bentuk tindak tutur direktif yang ditemukan meliputi perintah, larangan, permohonan, ajakan, imbauan, persilaan, dan pertanyaan. Dari keseluruhan data, bentuk yang paling dominan adalah perintah, larangan, dan ajakan, yang menunjukkan bahwa banner lebih banyak digunakan untuk mengarahkan, mengontrol, dan

membujuk masyarakat agar melakukan tindakan tertentu.

Secara fungsi, tindak tutur direktif pada banner tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga memiliki fungsi persuasif, regulatif, edukatif, dan preventif. Tuturan perintah dan larangan cenderung memiliki fungsi mengendalikan perilaku secara langsung, sedangkan ajakan, imbauan, dan permohonan lebih menonjolkan pendekatan persuasif dan kesantunan agar mudah diterima oleh masyarakat. Selain itu, penggunaan strategi bahasa yang singkat, padat, dan komunikatif menjadikan banner sebagai media yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Dengan demikian, banner di ruang publik terbukti memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi yang mampu memengaruhi perilaku sosial masyarakat melalui penggunaan tindak tutur direktif.

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, bagi pembuat banner atau pelaku usaha, disarankan untuk lebih memperhatikan pemilihan bentuk tindak tutur yang digunakan agar pesan yang disampaikan tidak

hanya jelas, tetapi juga efektif dan tetap memperhatikan aspek kesantunan bahasa. Penggunaan bentuk direktif yang tepat dapat meningkatkan daya tarik sekaligus keberhasilan komunikasi. Kedua, bagi pemerintah atau instansi terkait, diharapkan dapat memanfaatkan penggunaan tindak tutur direktif secara lebih optimal, terutama dalam penyampaian imbauan atau aturan di ruang publik, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan dipatuhi oleh masyarakat. Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih terbatas pada media banner di satu wilayah, sehingga disarankan untuk mengembangkan kajian pada media lain seperti baliho digital, media sosial, atau iklan audiovisual agar memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai penggunaan tindak tutur direktif dalam komunikasi publik. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji aspek efektivitas atau respons masyarakat terhadap tuturan yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, D., Kasnadi, K., & Munifah, S. (2025). Tindak Tutur dalam Ungkapan Pada Bak Truk di Jalan Raya Pacitan-Ponorogo: Kajian Pragmatik. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 12(2).
<https://jurnal.stkippgriponorogo.ac.id/index.php/JBS/article/view/670>
- Ardila, E., & Ningsih, R. (2023). Tindak Tutur Direktif dalam Film Mencuri Raden Saleh. *Jurnal Sastra Indonesia*, 12(3), 206-221.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/jsi/article/view/72436/25526>
- Aulia, A., & Abdurahman, A. (2024). Tindak Tutur Direktif Guru Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Sma Negeri 1 Matur Kabupaten Agam. *Jurnal Basataka (JBT)*, 7(1), 13-22.
- Austin. (1965). *How to do Things with Words*. New York: Oxford University Press.
- Datu, Z. S., & Mardikantoro, H. B. (2022). Tindak Tutur Direktif Pada Film Merindu Cahaya De Amstel Karya Arumi E. *Cakrawala Repositori IMWI*, 5(2), 137-147.
<https://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/100/86>
- Fathonah, S. (2022). Bentuk Tuturan Direktif Dalam Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Borneo Humaniora*, 5(1), 27-32.
http://jurnal.borneo.ac.id/index.php/borneo_humaniora/article/view/2708
- Frandika, E., & Idawati, I. (2020). Tindak tutur ilokusi dalam film pendek "Tilik (2018)". *Pena Literasi: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2), 61-69.
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/penaliterasi/article/view/7392>
- Hidayanti, P., & Syamsuyurnita, S. (2022). Analisis tindak tutur direktif guru terhadap siswa di MTs Al-Washliyah Bulan-Bulan. *Alinea: Jurnal Bahasa, Sastra dan Pengajaran*, 2(2), 271-285.
<https://ejournal.baleliterasi.org/index.php/alinea/article/view/228>

- Humaeroh, L. M., Hendaryan, H., & Hidayatullah, A. (2023). Penggunaan Bahasa Indonesia pada Penulisan Media Ruang Publik di Kecamatan Ciamis. *Diksatrasia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 7(1), 225-229.
<https://jurnal.unigal.ac.id/diksatrasia/article/view/8650/5878>
- Luqyana, S. D., Anggitasari, P., & Utomo, A. P. Y. (2022). Analisis Tindak Tutur Direktif pada Kumpulan Cerpen Kompas. com Tahun 2015. *sarasvati*, 4(1), 20-35.
<https://journal.uwks.ac.id/sarasvati/article/view/1793>
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1-10.
- Muaya, K. P. 2014. Bentuk dan Fungsi Tindak Tutur Direktif Pada Komik Lucky Luke Volume 22 Less Dalton Dans Le Blizzard Karya Morris Dan R Goscinnny. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Oktapiantama, H., & Utomo, A. P. Y. (2021). Analisis tindak tutur direktif pada film Keluarga Cemara karya Yandy Laurens. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(2), 76-87.
[file:///C:/Users/DELL%20Latitude%205480/Downloads/3271-Article%20Text-10507-1-10-20210118%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/DELL%20Latitude%205480/Downloads/3271-Article%20Text-10507-1-10-20210118%20(1).pdf)
- Putri, D. N. A., Aurelia, S., Salsabila, S., & Sya'adah, H. (2025). Tindak Tutur Direktif Komentar Warganet dalam Postingan Najwa Shihab tentang Peringatan Darurat. *Journal of Talent and Innovation*, 1-15.
<https://journals.edutalent.id/index.php/TALENOVA/article/view/1>
- Safitri, F., & Maharani, I. (2024). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Dalam Lirik Lagu " Bunda" Oleh Potret: Kajian Pragmatik. *Jurnal Vokatif: Pendidikan Bahasa, Kebahasaan, Dan Sastra*, 1(2), 81-87.
<https://etdci.org/journal/vokatif/article/view/1663>
- Sari, D. N. (2022). Tuturan Ilokusi pada Spanduk dan Baliho di Wilayah Kabupaten Tegal Jawa Tengah. *Jurnal Sastra Indonesia*, 11(2), 152-158.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/jsi/article/view/55296>
- Sari, F. D. N., Wardiani, R., & Setiawan, H. (2022). Analisis tindak tutur direktif dalam talkshow Tonight Show (Maret 2021). *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 9(2).
<https://jurnal.stkippgriponorogo.ac.id/index.php/JBS/article/view/181>
- Sari, I. P. (2023). *analisis tindak tutur ilokusi direktif pada spanduk iklan di jalan kota bengkulu dari tinjauan pragmatik* (doctoral dissertation, uin fatmawati sukarno bengkulu).
- Wibawa, I. P. B. A. G., & Shofiana, I. A. (2021). Strategi Persuasif Dalam Sales Promotion Dengan Media Outdoor Ad: Studi Kasus Bahasa Persuasif Pedagang Kaki Lima di Denpasar Selatan. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 5(1), 26-35.
<https://jurnal.poltekba.ac.id/index.php/jsh/article/view/965>
- Yolanda, W. A., & Nugroho, J. A. (2025). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BERUPA BANNER MENU UNTUK MINUMAN KESEHATAN. *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi*, 9(12), 61-70.
<https://cibangsa.com/index.php/kohesi/article/view/5824>