



## Tindak Tutur Ilokusi pada Poster Iklan Mie Indomie Periode 2019-2020 (Studi Analisis Pragmatik)

**Nurul Izzati**

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang  
(izzatin6651786@gmail.com)

### Kata Kunci

*Poster Iklan Mie Indomie;  
Tindak Tutur Ilokusi; Modus  
dan Bentuk Tuturan*

### Info Artikel

*Diterima* : 4 Agus 21  
*Di-review* : 15 Agus 21  
*Direvisi* : 10 Sep 21  
*Publikasi* : 26 Des 21

### Abstrak

This paper discusses the illocutionary speech acts of the Mie Indomie advertisement poster for the 2019-2020 period which was published on the Indomie Egypt - facebook account. This study focuses on discussing the communicative forms and functions of illocutionary speech acts contained in the Mie Indomie advertising poster for the 2019-2020 period, as well as what speech modes are used when marketing the product. All of the focus of this research will be dissected by using the theory of illocutionary speech acts proposed by Searle. The results showed that during the 2019-2020 period, the Mie Indomie company launched 18 advertising posters. Where out of these 18 advertisement posters, 12 Mie Indomie advertisement posters use declarative speech mode, 4 advertisement posters use imperative speech mode, and 2 posters use interrogative speech mode. As for the speech function, there are 7 Mie Indomie advertising posters that use assertive speech functions, 7 advertising posters that use directive speech functions, and 4 advertising posters that use commissive speech functions with each communicative function.

## 1. PENDAHULUAN

Di era kemajuan digital saat ini, media massa memiliki andil vital terhadap kepentingan masyarakat luas. Perkembangan teknologi informasi dewasa ini telah menimbulkan fenomena-fenomena kehidupan terkini yang

serba digital pada sejumlah bidang. Pemanfaatan internet di era global ini sebagai wujud kemajuan teknologi digital terhadap visi modernisasi informasi kian merebak terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan masyarakat luas. Ditinjau dari sisi bisnis, pemanfaatan media massa sangat berarti bagi para

pelaku pasar. Salah satunya bermanfaat untuk menunjang aspek komunikasi pemasaran ditengah proses promosi produk, ekspansi bisnis, dan lain sebagainya. Maka tidaklah heran jika penggunaan internet lebih diminati dari pada akses media cetak dalam proses pemenuhan kebutuhan masyarakat, salah satunya dengan menggunakan metode periklanan.<sup>1</sup>

Oleh karena itu, merupakan hal yang menarik untuk mengkaji bagaimana perusahaan ini mengiklankan produknya, bagaimana perusahaan ini memainkan setiap diksi bahasa pada setiap poster iklannya. Apakah iklan itu disampaikan dalam modus tuturan deklaratif, interogatif, atau imperatif. Dan apakah iklan tersebut memiliki bentuk dan fungsi komunikatif asertif, direktif, komisif, ekspresif, ataupun deklaratif.

## 2. KERANGKA TEORI

Iklan pada dasarnya merupakan bentuk kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang berkepentingan, yang biasanya memuat gambar,

video, ataupun foto yang bersifat persuasif.<sup>2</sup>

Agar pesan dan maksud iklan tersebut tersampaikan kepada masyarakat dengan baik, maka sudah sepatutnya pencipta atau pemilik iklan menggunakan bahasa tuturan yang jelas dan efektif. Dengan begitu, proses tindak tutur antara penutur dan mitra tutur tersebut terjalankan dengan baik dalam proses periklanan tersebut. Si mitra tutur (masyarakat) memahami maksud tuturan dan sifat iklan yang cenderung persuasif juga terjalankan. Dan salah satu perusahaan yang menggunakan media sosial dalam mempromosikan produknya adalah perusahaan Mie Indomie.

Maka merupakan suatu kajian yang menarik untuk menganalisis bagaimana bahasa iklan memainkan perannya dalam menarik minat mitra tutur, khususnya pada poster iklan Mie Indomie ini. Karena berdasarkan profil singkat Mie Indomie, produk ini sudah berada di taraf internasional karena sudah beredar dipasaran sekiatar 60 negara, salah satunya Timur Tengah. Disamping itu, pentingnya penelitian ini dilakukan dilandaskan pada dua tujuan, yaitu secara teoritis, hasil

---

<sup>1</sup> Ramsiah Tasruddin: *Tren Periklanan Di Media Sosial*, Jurnal Komodifikasi Vol 5, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, (Juni 2017), h 15-16.

---

<sup>2</sup> Cahyo Pamungkas Budi Saputro: " *Analisis Ilokusi Pada Iklan Dalam Majalah Tempo November Dan Desember 2017*", Skripsi Sarjana dalam Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2018), h 1.

penelitian ini dapat menambah atau memperkaya literatur penelitian tindak tutur yang sudah ada sebelumnya. Kedua secara aplikatif, penelitian ini berusaha menyampaikan informasi kepada masyarakat Indonesia bahwa salah satu brand dalam negeri (Indonesia), Mie Indomie, sudah berada pada taraf internasional, dengan artian bahwa pasar Indonesia mampu bersaing dengan pasar luar negeri, dengan begitu brand ini akan semakin naik atau maju karena semakin dikenal oleh para konsumen dalam negeri ataupun luar negeri

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Adapun data dikumpulkan dengan menggunakan metode simak dan teknik catat. Setelah data dikumpulkan kemudian dianalisis dengan teori tindak tutur oragmatik.

### 4. TEMUAN DAN ANALISIS

Analisis teks poster ini dilakukan berdasarkan modus tuturan apa yang digunakannya serta fungsi tuturan apa yang dipakainya.

#### a. *Modus Tuturan*

Tindak tutur ilokusi memiliki tiga modus tuturan. Modus tuturan adalah bentuk tuturan yang digunakan penutur untuk menyampaikan pesan kepada lawan tutur. Modus tuturan tersebut dapat berupa tuturan kalimat berita (deklaratif), kalimat

tanya (interrogatif), dan kalimat perintah (imperatif).<sup>3</sup>

#### 1) *Deklaratif*

Kalimat deklaratif mengandung maksud memberitahukan sesuatu kepada si mitra tutur. Sesuatu yang diberitahukan itu lazimnya berupa pengungkapan atau pemberitahuan akan suatu kejadian atau peristiwa.<sup>4</sup>

a) Iklan Mie Indomie pada tanggal 8 Desember 2020

Teks iklan : Flamingo متوفرة حاليا في

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, terdapat kalimat "Flamingo متوفرة حاليا في". Maka si penutur (dalam hal ini adalah perusahaan Mie Indomie) ingin memberi tahu kepada lawan tutur (dalam hal ini adalah konsumen Mie Indomie) bahwa produk Mie Indomie Goreng sekarang tersedia di Flamingo Hypermart.

b) Iklan Mie Indomie pada tanggal 4 Desember 2020

Teks iklan: متوفرة حاليا في العثيم, و خير رمضان, و خير بلدنا, و فتح الله, و المحلاوي,

<sup>3</sup> Veranita Ragil Sagita, dkk, *Bentuk dan Jenis Tindak Tutur Ilokusi Ridwan Kamil dalam Talkshow Insight di CNN Indonesia*. (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), h 9.

<sup>4</sup> Ibid.

و كارفور هايبر ماركت و غيرها من الأسواق  
المعلن عنها.

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, terdapat kalimat “متوفرة حاليا”. Maka si penutur (dalam hal ini adalah perusahaan Mie Indomie) ingin memberi tahu kepada lawan tutur (dalam hal ini adalah konsumen Mie Indomie) bahwa produk Mie Indomie Goreng sekarang tersedia di banyak supermarket di Mesir seperti Metro, Oscar, Al Rayah, Spinneys, Othaim, LuLu, dan hypermart lainnya seperti yang tertera didalam poster iklan diatas.

c) Iklan Mie Indomie pada tanggal 22 Juli 2020

Teks iklan: ثلاث دقائق

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin memberikan informasi kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie cup siap saji dengan program “3 دقائق” sudah tersedia.

d) Iklan Mie Indomie pada tanggal 14 Juni 2020

Teks iklan: حديد، الكالسيوم، فيتامين ب،  
زنك.

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin memberikan informasi kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie mengandung vitamin dan nutrisi yang dibutuhkan tubuh yaitu zat besi (حديد), kalsium (كالسيوم), vitamin B (فيتامين ب), dan mineral (زنك).

e) Iklan Mie Indomie pada tanggal 19 Mei 2020

Teks iklan: إندومي شوربة رمضان

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin memberikan informasi kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie kuah dengan program “إندومي شوربة رمضان” akan menghadirkan resep-resep baru dari varian Mie Indomie kuah selama sisa waktu bulan ramadhan.

f) Iklan Mie Indomie pada tanggal 4 Mei 2020

Teks iklan: الهدية بقت هديتين.

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin memberikan informasi kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie akan memberikan hadiah dua karton Mie Indomie kepada setiap orang yang mengikuti kontes Fawazeer dengan program “ الهدية بقت هديتين ”. Kontes ini akan dilaksanakan selama 10 hari dibulan Ramadhan.

g) Iklan Mie Indomie pada tanggal 20 Januari 2020

Teks iklan: معرض القاهرة الدولي للكتاب, 22 يناير 2020 إلى 15 فبراير 2020

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin memberikan informasi kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie akan turut berpartisipasi dalam event “ معرض

القاهرة الدولي للكتاب ” yang akan dilaksanakan dari tanggal 22 Januari 2020 sampai tanggal 15 Februari 2020 dengan program Indomie Cafe.

h) Iklan Mie Indomie pada tanggal 4 Januari 2020

Teks iklan: (جميع التاريخ العطلة في عام 2020)

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin memberikan informasi kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie telah merangkul semua hari libur untuk tetap dapat memberikan pelayanan kepada konsumennya. Seperti عيد الفطر المبارك, عيد الأضحى المبارك, رأس السنة الهجرية, dan hari libur lainnya.

i) Iklan Mie Indomie pada tanggal 1 Agustus 2019

Teks iklan: 5 جنية

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin memberikan informasi kepada si lawan tutur

(konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie memberikan diskon harga terhadap Mie Indomie cup lewat program *#خمسة\_تجبلِك\_كوباية* dengan menurunkan harga percup Mie Indomie dari harga 7 pond menjadi 5 pond.

j) Iklan Mie Indomie pada tanggal 20 Juni 2019

Teks iklan: القديم رجع في فلانجو هايبر  
ماركت و بند

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut si penutur (dalam hal ini adalah perusahaan Mie Indomie) ingin memberi tahu kepada lawan tutur (dalam hal ini adalah konsumen Mie Indomie) bahwa produk Mie Indomie Goreng sekarang tersedia di Flamingo Hypermart dan Panda Hypermart.

k) Iklan Mie Indomie pada tanggal 18 Juni 2019

Teks iklan: القديم رجع

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah ttindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (dalam hal ini adalah perusahaan Mie Indomie) ingin memberi tahu kepada lawan

tutur (dalam hal ini adalah konsumen Mie Indomie) bahwa produk Mie Indomie Goreng sekarang tersedia di banyak supermarket di Mesir seperti Metro, Oscar, Al Rayah, Spinneys, Othaim, LuLu, dan hypermart lainnya seperti yang tertera didalam poster iklan diatas.

l) Iklan Mie Indomie pada tanggal 21 Januari 2019

Teks iklan: الحديد والكالسيوم وفيتامينات ب  
وزنك

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif adalah tindak tutur yang diungkapkan dengan maksud untuk memberi tahu informasi tentang sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin memberikan informasi kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie mengandung nutrisi yang dibutuhkan tubuh yaitu zat besi (حديد), kalsium (كالمسيوم), vitamin B (فيتامين ب), dan mineral (زنك).

## 2) Imperatif

Kalimat imperatif adalah kalimat yang mengandung maksud memerintah atau meminta agar si mitra tutur melakukan sesuatu sebagaimana yang diinginkan oleh si penutur.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Veranita Ragil Sagita, dkk, *Bentuk dan Jenis Tindak Tutur Ilokusi Ridwan Kamil dalam Talkshow Insight di CNN Indonesia*.

a) Iklan Mie Indomie pada tanggal 21 Desember 2020

Teks iklan: شارك في تحدي إندومي و  
إكسب

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur imperatif. Tindak tutur imperatif adalah tuturan yang mengandung maksud memerintah dengan harapan agar lawan tutur melaksanakan isi tuturan. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin meminta atau menyuruh si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) agar mengikuti event #Indomieegyptchallenge. Hal ini terlihat dari penggunaan kalimat perintah شارك dan إكسب yang digunakan dalam menyampaikan isi iklan tersebut.

b) Iklan Mie Indomie pada tanggal 28 Agustus 2020

Teks iklan: إكسب معنا

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur imperatif. Tindak tutur imperatif adalah tuturan yang mengandung maksud memerintah dengan harapan agar lawan tutur melaksanakan isi tuturan. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin meminta atau menyuruh si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) agar mengikuti event “ نلف شوارع القاهرة و ” dan event “ صورتك\_كسبانة ”

selama dua minggu yang dimulai dari tanggal 29 Agustus 2020 sampai tanggal 10 September 2020 kecuali dihari jumat disetiap minggu dengan hadiah untuk 20 orang pemenang dari event “ صورتك\_كسبانة ”.

c) Iklan Mie Indomie pada tanggal 13 Maret 2020

Teks iklan: للوقاية من فيروس كورونا:  
غسل اليدين, إستعمال معقم لليدين, إستخدام  
المناديل عند الكحة أو العطس, تجنب ملامسة  
العين و الفم و الأنف باليد مباشرة, تجنب  
الإحتكاك المباشرة مع المرضي, تنظيف و تعقيم  
الأدوات و الأسطح ذات الإستعمال المتكرر و  
اليومي.

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur imperatif. Tindak tutur imperatif adalah tuturan yang mengandung maksud memerintah dengan harapan agar lawan tutur melaksanakan isi tuturan. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin meminta atau menyuruh si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) agar melakukan pencegahan terhadap virus corona atau covid-19. Hal ini terlihat dari penggunaan kalimat perintah yang digunakan, seperti kata إستعمال, إستخدام, تجنب, في استخدام, تنظيف dalam menyampaikan maksud iklan tersebut.

d) Iklan Mie Indomie pada tanggal 11 Maret 2020

Teks iklan: الرجاء إلتزام منازلكم, حفاظا  
على سلامتكم

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur

imperatif. Tindak tutur imperatif adalah tuturan yang mengandung maksud memerintah dengan harapan agar lawan tutur melaksanakan isi tuturan. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) ingin meminta atau menyuruh si lawan tutur (konsumen Mie Indomie) agar tetap berada di rumah. Hal ini terlihat dari penggunaan kata *الرجاء* dan *حفظا* yang mengisyaratkan agar tetap berada di rumah dan menjaga kesehatan.

### 3) *Interrogatif*

Kalimat interogatif adalah kalimat yang mengandung maksud menanyakan sesuatu kepada mitra tutur. Sasangka mengemukakan bahwa kalimat interogatif adalah kalimat yang isinya berwujud pertanyaan, supaya yang bertanya diberi tahu mengenai apa yang ditanyai. Kalimat ini biasanya menggunakan kata-kata tanya.<sup>6</sup>

a) Iklan Mie Indomie pada tanggal 16 November 2019

Teks iklan: عندك ديدلاين و مش لاحق؟

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur interogatif. Tindak tutur interogatif adalah tuturan yang mengandung maksud menanyakan sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan

isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) bertanya kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie). hal ini terlihat dari adanya penggunaan tanda tanya dalam menyampaikan isi iklan. Demikian iklan ditampilkan dalam wujud kalimat interogatif dalam menyampaikan maksud nya kepada lawan tuturnya.

b) Iklan Mie Indomie pada tanggal 12 November 2019

Teks iklan: خلصت تمرين و جعان؟

Analisis: Iklan ini ditampilkan dalam wujud tindak tutur interogatif. Tindak tutur interogatif adalah tuturan yang mengandung maksud menanyakan sesuatu kepada lawan tutur. Berdasarkan isi iklan tersebut, si penutur (perusahaan Mie Indomie) bertanya kepada si lawan tutur (konsumen Mie Indomie). hal ini terlihat dari adanya penggunaan tanda tanya dalam menyampaikan isi iklan. Demikian iklan ditampilkan dalam wujud kalimat interogatif dalam menyampaikan maksud nya kepada lawan tuturnya.

### a. *Fungsi Tuturan*

Searle mengklasifikan tindak tutur ilokusi menjadi lima bentuk dengan fungsi komuniaktifnya yaitu tindak tutur asertif, tindak tutur komisif, tindak tutur direktif,

<sup>6</sup> Veranita Ragil Sagita, dkk, *Bentuk dan Jenis Tindak Tutur Ilokusi* Ridwan Kamil dalam *Talkshow Insight di CNN Indonesia*. (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), h 9.



diberikan “ كمان في بنده و فلامنجو ”  
تقدروا تلاقوا إندومي شعيرية مقلية هايبرماركت  
” yang menyatakan bahwa Mie  
Indomie goreng sekarang  
tersedia di Flamingo Hypermarket  
dan Panda Hypermarket.

#### 4) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 18 Juni 2019*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus asertif. Tuturan diatas bermaksud untuk memberikan informasi kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie goreng sekarang sudah tersedia diberbagai Hypermarket yang ada di Mesir. Hal ini sesuai dengan narasi yang menyertai iklan “ في أي هايبرماركت من اللي موجودين ”  
تقدروا تلاقوا إندومي شعيرية مقلية في الصورة  
” yang menyatakan bahwa Mie Indomie goreng sekarang sudah tersedia dibanyak supermarket yang ada di Mesir, yaitu LuLu, Al Rayah, Hyper1, Spinneys, Carrefour, El Mahallawy market, Seoudi, Mart Villae, Aba Market, Othaim, Khair Zaman, Metro, Oscar, Fathalla, dan market lainnya sebagaimana yang tertera diiklan

#### b) *Menyatakan*

##### 1) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 21 Januari 2019*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus asertif. Tuturan diatas bermaksud untuk menyatakan kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa

Mie Indomie mengandung nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh, yaitu الحديد, كالسيوم, فيتامين ب, زنك. Zat besi yang berguna untuk menjaga sel-sel dalam tubuh, kalsium untuk menjaga kesehatan tulang dan gigi, vitamin B untuk memproduksi sel darah merah, dan mineral yang berfungsi sebagai kofaktor enzim, fungsi otot, dan saraf bagi tubuh. Demikian kandungan vitamin dan nutrisi yang terkandung dalam Mie Indomie sebagai salah satu asupan yang sering dikonsumsi konsumennya. Hal ini sesuai dengan pernyataan narasi iklan “ إندومي هتكملك باقي العناصر الغذائية اللي جسمك محتاجها ” yang turut menyatakan bahwa Mie Indomie mengandung nutrisi yang dibutuhkan tubuh.

##### 2) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 1 Agustus 2019*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus asertif. Tuturan diatas bermaksud untuk menyatakan sebuah informasi kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie memberikan diskon harga kepada para konsumen, dimana harga awal per-cup Mie Indomie rebus adalah 7 pond menjadi 5 pond. Hal ini terlihat dari narasi “نزلنا سعر الكوباية ل 5 جنيه بدل ل 7 جنيه” yang disampaikan. Program diskon ini muncul disebabkan oleh banyaknya keluhan yang disampaikan oleh para konsumen Mie Indomie rebus.

### 3) Iklan Mie Indomie pada tanggal 14 Juni 2020

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus asertif. Tuturan diatas bermaksud untuk menyatakan kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie) bahwa Mie Indomie mengandung vitamin dan nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh, yaitu حديد, كالسيوم, فيتامين ب, زنك. Zat besi yang berguna untuk menjaga sel-sel dalam tubuh, kalsium untuk menjaga kesehatan tulang dan gigi, vitamin B untuk memproduksi sel darah merah, dan mineral yang berfungsi sebagai kofaktor enzim, fungsi otot, dan saraf bagi tubuh. Demikian kandungan vitamin dan nutrisi yang terkandung dalam Mie Indomie sebagai salah satu asupan yang sering dikonsumsi konsumennya.

### 2) Direktif

Tuturan ini dihitung sebagai upaya untuk mencapai efek melalui tindakan pendengar.<sup>10</sup> Ini mewakili upaya pembicara untuk mengarahkan pendengar untuk melakukan suatu tindakan.<sup>11</sup> Menurut Yule

<sup>10</sup> جيفري ليش و جيني توماس, البراغماتية (المعنى في السياق), (دم, دن, دس) ص 255

<sup>11</sup> عبد الرحمن بشلاغم, (تملمان: جامعة أبي بكر بلقايد, 2013-2014), ص 48

tindak tutur direktif adalah jenis tindak tutur yang digunakan oleh penutur untuk menyuruh orang lain untuk melakukan sesuatu. Kata kerja yang digunakan untuk merepresentasikan tindak tutur ini diantaranya adalah memerintah atau menyuruh, memesan, memberikan instruksi, menasihati, meminta, melarang, mengundang, merekomendasikan, dan lain sebagainya.<sup>12</sup>

#### a) Memerintah

##### 1) Iklan Mie Indomie pada tanggal 28 Agustus 2020

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus direktif. Tuturan diatas bermaksud untuk meminta atau mengundang lawan tutur (konsumen Mie Indomie) agar melakukan sesuatu. Maka dalam hal ini, Mie Indomie mengajak atau mengundang lawan tuturnya untuk mengikuti event dan tantangan yang dilaksanakan oleh Mie Indomie. Hal ini terlihat dari adanya verba perintah yang digunakan dalam menyampaikan maksud iklan yaitu اكسب, dan juga ada diksi ajakan atau mengundang بلا yang digunakan dalam narasi iklan. Maka iklan ini mempunyai fungsi direktif karena menggunakan modus kalimat direktif dengan maksud mengundang agar melakukan sesuatu yaitu mengikuti event

<sup>12</sup> BAB II Tinjauan Pustaka, Eprints.ums.ac.id. h 7-9

dan tantangan yang dilaksanakan oleh Mie Indomie.

2) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 21 Desember 2020*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus direktif. Tuturan diatas bermaksud untuk meminta atau mengundang lawan tutur (konsumen Mie Indomie) agar melakukan sesuatu. Maka dalam hal ini, Mie Indomie mengajak atau mengundang lawan tuturnya untuk mengikuti tantangan yang dilaksanakan oleh Mie Indomie. Hal ini terlihat dari kalimat yang digunakan dalam menyampaikan maksud iklan شارك في تحدي إندومي و إكسب dimana diksi yang digunakan menggunakan kaidah perintah. Maka diharapkan kepada mitra tutur untuk melakukan sesuatu terhadap sipenutur yaitu dengan mengikuti tantangan yang diadakan.

3) *Meminta*

a) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 11 Maret 2020*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus direktif. Tuturan diatas bermaksud untuk meminta lawan tutur (konsumen Mie Indomie) agar melakukan sesuatu. Maka dalam hal ini, Mie Indomie meminta lawan tuturnya untuk selalu melakukan upaya pencegahan virus corona. Hal ini selaras dengan permintaan yang dikemukakan oleh Mie Indomie

الرجاء إلتزام منازلكم و حفاظا على سلامتكم dalam iklan. Hal ini juga dikuatkan oleh narasi iklan yang disampaikan untuk meminta para konsumen agar membuat rekening sehingga bisa melakukan belanja secara online saja. Semua maksud iklan disampaikan dalam bentuk kalimat bermodus direktif, hal ini dapat dilihat dari penggunaan verba-verba perintah dan anjuran dalam menyampaikan isi iklan yaitu أعمال, اشترى, الرجاء, حفاظا sehingga iklan ini memiliki fungsi direktif terhadap konsumennya.

b) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 13 Maret 2020*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus direktif. Tuturan diatas bermaksud untuk meminta dan menasehati lawan tutur (konsumen Mie Indomie) agar melakukan sesuatu. Maka dalam hal ini, Mie Indomie mengajak lawan tuturnya untuk selalu melakukan upaya pencegahan virus corona yaitu غسل اليدين بالصابون, إستعمال معقم لليدين, إستخدام المناديل عند الكحة أو العطس, تجنب ملامسة العين و الفم و الأنف dan باليد مباشرة و غير ذلك كما في الصورة dan menasehati agar berkonsultasi dengan dokter jika mendapatkan keluhan-keluhan seperti lelah, batuk, dan demam. Semua maksud iklan disampaikan dalam bentuk kalimat bermodus direktif, hal ini dapat dilihat dari penggunaan verba-verba perintah dalam menyampaikan isi iklan.

#### 4) *Merekomendasikan*

##### a) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 22 Juli 2020*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus direktif. Tuturan diatas bermaksud untuk merekomendasikan sebuah produk kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie). Maka dalam hal ini, Mie Indomie merekomendasikan produk Mie Indomie dengan sistem tiga menit siap saji kepada para konsumennya. Hal ini selaras dengan narasi iklan yang digunakan yaitu *كوباية إندومي في 3 دقائق* yang bertujuan untuk merekomendasikan produk cepat saji ini kepada para konsumen, sehingga tidak ada lagi waktu kelaparan. Demikian isi iklan disampaikan dalam kalimat yang bermodus direktif dengan maksud untuk merekomendasikan suatu produk kepada konsumennya.

##### b) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 16 November 2019*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus direktif. Tuturan diatas bermaksud untuk merekomendasikan sebuah produk kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie). Maka dalam hal ini, Mie Indomie merekomendasikan produk Mie Indomie dengan sistem lima menit siap saji kepada para

konsumennya. Hal ini selaras dengan narasi iklan yang digunakan *إندومي هتوفر عليك وقت الأكل و في 5 دقائق هتجزك* yang direkomendasikan oleh Mie Indomie kepada konsumennya, terutama bagi konsumen yang memiliki jadwal deadline dan tidak bisa ditunda. Demikian isi iklan disampaikan dalam kalimat yang bermodus direktif dengan maksud untuk merekomendasikan suatu produk kepada konsumennya.

##### c) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 12 November 2019*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus direktif. Tuturan diatas bermaksud untuk merekomendasikan sebuah produk kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie). Maka dalam hal ini, Mie Indomie merekomendasikan produk Mie Indomie Cangkir kepada para konsumennya. Hal ini terlihat dari narasi iklan yang digunakan yaitu *خلي كوباية إندومي معاك* dengan maksud meminta dan merekomendasikan Mie Indomie Cangkir untuk memenuhi rasa lapar setelah berolahraga. Demikian isi iklan disampaikan dalam kalimat yang bermodus direktif dengan maksud untuk merekomendasikan suatu produk kepada konsumennya.

##### d) *Komisif*

Tuturan ini mewajibkan penutur untuk melakukan serangkaian



Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus komisif. Tuturan diatas bermaksud untuk memberikan tawaran dan janji kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie). Maka dalam hal ini, Mie Indomie memberikan janji kepada para konsumen bahwa Mie Indomie akan siap melayani saat jadwal libur nanti tiba. Hal ini dapat dilihat dari narasi iklan yang digunakan yaitu *تساعدك أي وقت* yang berindikasi akan memberikan pelayanan nantinya dengan sistem layanan antar jemput yang ditawarkan. Demikian isi iklan ini disampaikan dalam bentuk kalimat bermodus komisif dengan maksud memberikan janji dan tawaran kepada lawan tuturnya dan akan berlanjut selama beberapa waktu selanjutnya.

### 3) *Komitmen*

#### a) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 19 Mei 2020*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus komisif. Tuturan diatas bermaksud untuk memberikan komitmen kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie). Maka dalam hal ini, Mie Indomie memberikan komitmen kepada para konsumen bahwa Mie Indomie akan terus diproduksi dengan resep-resep baru nantinya. Hal ini dapat dilihat dari narasi iklan yang disampaikan yaitu *باقي خلاص أيام*

*رمضان و إستنونا رمضان الجاوي* dalam menyampaikan komitmennya kepada para konsumen untuk masa yang akan datang yaitu pada hari-hari puasa selanjutnya. Demikian isi iklan ini disampaikan dalam bentuk kalimat bermodus komisif dengan maksud memberikan komitmen kepada lawan tuturnya hingga waktu yang akan datang.

#### b) *Iklan Mie Indomie pada tanggal 19 Mei 2020*

Analisis: Berdasarkan isi dan konteks iklan diatas, dapat dikatakan bahwa tuturan iklan diatas bermodus komisif. Tuturan diatas bermaksud untuk memberikan komitmen kepada lawan tutur (konsumen Mie Indomie). Maka dalam hal ini, Mie Indomie memberikan komitmen kepada para konsumen bahwa Mie Indomie akan terus diproduksi dengan resep-resep baru nantinya. Hal ini dapat dilihat dari narasi iklan yang disampaikan yaitu *باقي خلاص أيام* *رمضان و إستنونا رمضان الجاوي* dalam menyampaikan komitmennya kepada para konsumen untuk masa yang akan datang yaitu pada hari-hari puasa selanjutnya. Demikian isi iklan ini disampaikan dalam bentuk kalimat bermodus komisif dengan maksud memberikan komitmen kepada lawan tuturnya hingga waktu yang akan datang.

## 5. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa Mie

Indomie Egypt aktif memasarkan produknya. Hal ini dapat dilihat dari waktu diluncurkannya poster iklan tersebut. Produk Mie Indomie ini terus mengikuti fenomena lingkungan yang sedang terjadi. Seperti maraknya virus Covid-19, brand ini turut melayangkan poster yang terkait dengan situasi Corona saat itu. Selain itu, produk ini juga lincah memainkan diksi iklannya. Hal ini dapat dicek pada modus tuturan yang digunakannya, tidak hanya memakai modus tuturan Deklaratif, tetapi juga Imperatif dan Interrogatif. Tentu saja dengan fungsi komunikatif yang beragam pula.

*Talkshow Insight di CNN  
Indonesia.* Yogyakarta:  
Universitas Negeri Yogyakarta

## 6. DAFTAR RUJUKAN

Ramsiah Tasruddin. 2017. *Tren*

*Periklanan Di Media Sosial.*

Jurnal Komodifikasi Vol 5,

Makassar: Universitas Islam

Negeri Alauddin.

Cahyo Pamungkas Budi Saputro.

2018. *Analisis Ilokusi Pada*

*Iklan Dalam Majalah Tempo*

*November Dan Desember 2017,*

Yogyakarta: Universitas Sanata

Dharma.

Veranita Ragil Sagita, dkk, 2016,

*Bentuk dan Jenis Tindak Tutur*

*Ilokusi Ridwan Kamil dalam*