



Article History:

Submitted:

15-10-2020

Accepted:

15-12-2020

Published:

28-12-2020

**ACTION OF THE PRESIDENT AND VICE PRESIDENT OF THE
REPUBLIC OF INDONESIA 2019 ADVERTISEMENT
(PRAGMATIC STUDY)**

**TINDAK TUTUR ILOKUSI DIREKTIF IKLAN KAMPANYE CALON
PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA 2019
(KAJIAN PRAGMATIK)**

Sholihul Amri

Universitas Islam Lamongan

Jalan Veteran 43 b, Lamongan, 62213, Jawa Timur, Indonesia

amrisholihul@unisla.ac.id

URL: <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra/article/view/1572>

DOI: <https://doi.org/10.32682/sastranesia.v8i4.1572>

Abstract

ABSTRACT: The purpose of this study is to describe the directive illocutionary speech acts contained in the 2019 Presidential and Vice-Presidential candidates 'campaigns. Furthermore, the second is to find out the directive function contained in the 2019 Presidential and Vice-Presidential candidates' campaigns. This research uses the method qualitative descriptive. This method is used to solve research problems by describing the state of the object being investigated as it is based on actual facts at the present time. The object of this research is a speech in a video advertisement on YouTube, the campaign for the presidential and vice presidential candidates for the Republic of Indonesia in 2019. The research procedure has three stages, namely collecting, identifying, analyzing. From the many data taken, it can be seen that directive illocutionary speech acts. First, the types there are types of ask, questions, orders, prohibit, grant, and types of advice. Chairman, there is a function of the directive directive illocutionary speech act, namely the function of begging, pressing, inviting, inviting, praying, asking, wanting, directing, instructing, regulating, requiring, prohibiting, approving, giving authority, permitting, advising, proposing, and finally is a suggest function.

Keyword: *Prakmatik, speech act, directive illocution, presidential*



Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan Tindak tutur ilokusi direktif yang terdapat dalam kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2019. Selanjutnya yang kedua mengetahui fungsi direktif yang terdapat dalam kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian dengan memaparkan keadaan obyek yang diselediki sebagaimana adanya berdasarkan fakta-fakta yang aktual pada saat sekarang. Obyek penelitian ini adalah tuturan yang berada dalam iklan video di youtube, kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2019. Prosedur penelitian ini mempunyai tiga tahap, yaitu mengumpulkan, mengidentifikasi, menganalisis. Dari sekian banyak data yang di ambil dapat diketahui Tindak tutur ilokusi direktif direktif. Pertama, jenis yang terdapat adalah jenis meminta, pertanyaan, perintah, melarang, mengabulkan, dan jenis nasihat. Kedua, terdapat fungsi Tindak tutur ilokusi direktif direktif, yakni fungsi memohon, menekan, mengundang, mengajak, berdoa, bertaya, menghendaki, mengarahkan, menginstruksikan, mengatur, mensyaratkan, melarang, menyetujui, memberi wewenang, mengijinkan, menasehati, mengusulkan, dan yang terakhir adalah fungsi menyarankan.

Kata kunci: *Prakmatik, tindak tutur, ilokusi direktif, kampanye capres*

Pendahuluan

Bahasa memiliki fungsi yang sangat erat kaitannya dalam kehidupan bermasyarakat. Fungsi bahasa yang dikemukakan oleh Chaer (2006:2) adalah sebagai alat untuk bekerjasama atau berkomunikasi di dalam kehidupan manusia bermasyarakat. Untuk berkomunikasi, dapat digunakan cara lain, misalnya isyarat, lambang-lambang gambar atau kode-kode tertentu lainnya. Tetapi dengan bahasa, komunikasi dapat berlangsung lebih baik dan lebih sempurna. Pada hakekatnya bahasa sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari yang nantinya akan dipraktikan dalam kehidupan bermasyarakat. Bahasa juga memiliki ragamnya. Chaer (2006:3) menyatakan bahwa salah satu ragam bahasa ialah ragam bahasa yang digunakan oleh sekelompok anggota masyarakat dari wilayah tertentu, biasanya disebut istilah dialek. Dialek inilah yang nantinya melekat pada tuturan masyarakat, yang tidak bisa lepas dari perorangan. Dari dialek ini biasanya kita mengetahui dari mana mereka tinggal disuatu wilayah tersebut. Bisa dikatakan dialek ialah ciri dari suatu wilayah tertentu.

Kampanye tidak lepas dari penggunaan bahasa. Bahasa merupakan bagian dari komunikasi yang bersifat natural, dari bahasa ke komunikasi. Masyarakat dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Karena bahasa memungkinkan orang untuk berkembang dan memahami gejala yang terjadi di sekitar mereka. Jelaslah bahwa bahasa sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat dan dapat dikatakan hampir setiap orang berbicara setiap hari. Mempelajari suatu bahasa tidak hanya tentang mempelajari bahasa itu sendiri, tetapi juga mengetahui cara menggunakannya.

Bidang bahasa yang mengkaji bahasa beserta konteksnya disebut pragmatik. Kajian pragmatik tidak lepas dari yang namanya tindak tutur, tindak tutur sendiri juga tidak lepas dari konteks, di mana si penutur berbicara dengan mitra tutur sesuai dengan konteksnya. Apabila berbicara tidak melihat konteksnya, tidak akan tercipta suatu komunikasi yang baik, semua akan terdengar rancuh dan asing. Istilah konteks didefinisikan oleh Mey (dalam Nadar 2013:3) dalam situasi lingkungan dalam arti luas yang memungkinkan peserta pertuturan untuk dapat berinteraksi, dan yang membuat ujaran mereka dapat dipahami. Pentingnya konteks dalam pragmatik ditekankan oleh Wijana (dalam Nadar 2013:3) yang menyebutkan bahwa pragmatik mengkaji makna yang terkait dengan konteks.

Menurut Levinson (1983: 9), ilmu pragmatik dapat didefinisikan sebagai kajian dari hubungan antara bahasa dan konteks yang mendasari penjelasan pengertian bahasa. Pengertian/pemahaman bahasa merujuk kepada fakta bahwa untuk mengerti sesuatu ungkapan/ujaran bahasa diperlukan juga pengetahuan di luar makna kata dan hubungan tata bahasanya, yakni hubungannya dengan konteks pemakaiannya. Pragmatik berarti memeriksa bagaimana pembicara mengajukan pertanyaan dan bagaimana lawan bicara tersebut menjawab atau mengetahui apa yang dibicarakan pembicara dan jenis kontrak apa yang sedang dibahas.

Dalam pragmatik terdapat bagian ilmu yaitu tindak tutur. Tindak tutur merupakan suatu tindakan yang diungkapkan dengan menggunakan bahasa baik yang disertai gerak maupun sikap anggota badan untuk mendukung pencapaian maksud pembicara. Tindak tutur terdiri dari dua aspek penutur dan mitra tutur. Dalam melakukan interaksi hal yang terpenting pada tindak tutur adalah bagaimana latar belakang penutur dan mitra tutur. Tindak tutur sebagai wujud dari peristiwa komunikasi yang mempunyai fungsi, mengandung maksud, dan mempunyai tujuan tertentu yang menimbulkan pengaruh atau akibat pada mitra tutur. Tindak tutur sangatlah berpengaruh terhadap komunikasi yang dilakukan dan pencapaian informasi kepada mitra tutur.

Austin (dalam Sumarsono 2010: 181), membedakan tindak tutur menjadi tiga macam tindakan yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi direktif dan

tindak tutur perlokusi. Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu sebagaimana adanya atau *The Act of Saying Samething* (tindakan untuk menyatakan sesuatu).

Penulis mengamati dan melihat bagaimana iklan para calon presiden Indonesia itu melakukan tindak tutur. Pada dasarnya setiap pidato mengandung suatu tindakan. Tak bisa dipungkiri bahwa tujuan iklan kampanye, orasi, dan blusukan adalah untuk mengajak orang yang memilihnya dengan janji yang mereka sampaikan, sehingga orang akan terlena dengan semua pernyataan yang mereka sampaikan. Menurut Searle (dalam Wijana, 1996: 17) secara pragmatis terdapat tiga jenis tindak tutur, yaitu (1) tindak lokusi (2) tindak ilokusi (3) tindak perlokusi. *Illocution Acts* memiliki klasifikasi yang dikemukakan oleh Searle (dalam Ibrahim, 1992: 15), yaitu *Illocution* memiliki beberapa klasifikasi antara lain: (1) konstanta, (2) direktif, (3) komisif, dan (4) ekspresi.

Penelitian ini lebih fokus pada Tindak tutur ilokusi direktif. Alasan penggunaan Tindak tutur ilokusi direktif pada penelitian ini adalah Tindak tutur ilokusi direktif merupakan ekspresi (harapan, keinginan) penutur kepada mitra tutur. Tindak direktif akan menimbulkan banyak pengaruh pada pendengarnya, baik itu pengaruh positif maupun negatif. Dengan begitu penentuan judul menggunakan tindak direktif sangat tepat. Kerena, pada proses kampanye memerlukan kepandaian dalam berbicara khususnya dalam hal direktif, apabila tindak direktif digunakan dengan baik maka akan tercipta suatu harapan atau keinginan penutur kepada mitra tutur. Tindak direktif merupakan cabang dari tindak tutur ilokusi direktif. Pada dasarnya apapun yang dikatakan penutur berujung pada tindakan yang dilakukan mitratutur.

Berdasarkan latar belakang dapat difokuskan masalah dalam penelitian yaitu jenis-jenis Tindak tutur ilokusi direktif yang terdapat dalam kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019 dan fungsi Tindak tutur ilokusi direktif yang terdapat dalam kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mendeskripsikan jenis-jenis Tindak tutur ilokusi direktif yang terdapat dalam kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019, (2) mendeskripsikan fungsi Tindak tutur ilokusi direktif yang terdapat dalam kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena topik penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi bertindak dan lain-lain secara holistik.

Metode deskriptif adalah metode yang hanya memaparkan data empiris penggunaan bahasa tanpa mempertimbangkan benar salahnya penggunaan bahasa (Sudaryanto 1992: 5-6). Adapun tujuan metode deskripsi adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena-fenomena yang diselidiki. Berdasarkan pendekatan-pendekatan tersebut, tujuan dari penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu mendeskripsikan percakapan jenis tindak tutur ilokusi direktif dalam kampanye calon Presiden dan Wakil presiden Indonesia 2019.

Sumber data dalam penelitian ini adalah percakapan tindak tutur ilokusi direktif pada kampanye calon Presiden dan Wakil presiden Indonesia 2019, diunduh pada saat masa kampanye yang dilakukan oleh calon Presiden dan Wakil presiden. Sumber data yang sudah diperoleh kemudian diamati dan dipilah-pilah berdasarkan unsur yang mengandung tindak tutur direktif, yakni meminta, pertanyaan, perintah, melarang, mengabdikan dan nasihat, serta fungsi dari keenam jenis tindak tutur tersebut. Sumber data diunduh untuk memperkuat penelitian pada saat mendefinisikan hasil pengamatan tindak tutur direktif yang dilakukan calon Presiden dan Wakil presiden Indonesia pada saat masa kampanye. Sumber data yang diperoleh dari youtube kemudian ditranskripsikan, transkripsi ialah dari audiovisual diubah menjadi teks atau bentuk tulisan.

Peneliti mengunduh data dari masing-masing calon presiden, yakni pada calon presiden urutan 01 yaitu Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin sejumlah delapan data. Kemudian peneliti juga mengunduh data dari CaPres dari nomor urutan 02 yaitu Prabowo Subianto dan sandiaga Uno, yang berjumlah delapan data. Total data yang diperoleh sejumlah 16 data. Menurut Austin, mengucapkan sesuatu adalah melakukan sesuatu dan di situ ada tindak tutur (dalam Sumarsono hal: 181).

Kegiatan Analisis data ini merupakan tahap penelitian yang dilakukan setelah pengumpulan data. Pengolahan data dilakukan sesuai dengan pokok persoalan yang diteliti, yaitu tindak ilokusi direktif pada kampanye calon Presiden dan Wakil presiden Indonesia 2019. Pengolahan data ini akan mempermudah tahap selanjutnya yaitu tahap mengklasifikasikan data dan menganalisis data. Data yang telah terkumpul, kemudian dipilih mana yang ada tindak tutur ilokusi direktifnya yang ada apa tidak ada.

Hasil dan Pembahasan

Dipilihnya iklan kampanye ini sebagai sumber data dalam penelitian karena dalam percakapan pada kampanye calon Presiden dan Wakil presiden Indonesia 2019 terdapat interaksi antar tokoh. Sumber data dalam penelitian ini adalah kampanye calon Presiden dan Wakil presiden Indonesia 2019 yang mempunyai enam belas data berupa video. Data yang peneliti gunakan hanya berupa data yang mengedepankan fakta dalam kategori iklan kampanye resmi yang bisa dipertanggungjawabkan. Jadi, dari data yang ditemukan tersebut akan dianalisis berdasarkan maksud atau pesan yang tersirat dalam percakapan, serta konteks yang melatari sebuah komunikasi tersebut. Berikut ini hasil dari analisis tindak tutur ilokusi direktif kajian pragmatik. Berikut ini akan dibahas mengenai jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi direktif kampanye calon presiden dan wakil presiden Indonesia tahun 2019. Pembahasan yang pertama dari capres Joko Widodo, yang menggunakan tindak tutur direktif meminta pada saat masa kampanye.

Tindak Tutar Ilokusi Direktif Iklan Capres Joko Widodo

Tindak tutur ilokusi direktif pada masa kampanye calon presiden oleh Joko Widodo terbagi menjadi dua, yaitu meminta, pertanyaan beserta fungsinya dan nasihat.

Meminta

Pada bagian ini dijelaskan jenis-jenis tindak tutur ilokusi direktif yang terjadi selama masa kampanye calon presiden Indonesia 2019:

Optimis, Indonesia maju! Kita pilih Jokowi lagi. (TTID/M/JKW)

Data (TTID/M/JKW) menunjukkan bahwa capres Jokowi jenis tindak tutur direktif. Data di atas terlihat pada kalimat “kita pilih Jokowi lagi” pada kalimat tersebut iklan capres Jokowi meminta warga untuk memilih dia sebagai presiden Indonesia. Dengan mengekspresikan kalimat seperti itu, terkadang warga menghendaki tuturan yang dismapaiakn di dalam iklan tersebut, dengan cara memilih pada saat proses pemilihan suara pemilu. Penutur tidak mengharap kepatuhan sedemikian rupa, penutur mengaharap warga nantinya akan menjadikan Jokowi sebagai pilihan untuk memimpin Indonesia sebagai Negara Indonesia di masa lima tahun yang akan datang.

Dengan menjanjikan Indonesia maju dan menyampaikan trobosan kartu sakti yang meliputi kartu prakerja sebagai solusi pengangguran dan membuka lembaga pelatihan kerja, kemudian yang kedua kartu sembako murah sebagai solusi masyarakat yang kurang mampu agar bisa mendapatkan harga sembako yang lebih murah dari pasaran, dan yang ketiga kartu Indonesia pintar kuliah

yang memberikan beasiswa tingkat perguruan tinggi bagi masyarakat yang kurang mampu agar tetap bisa mendapatkan pendidikan tingkat perguruan tinggi secara gratis. Selain itu capres tidak hanya sekedar meminta saja tetapi juga mengutarakan janji yang akan dilaksanakan.

Fungsi menekan terlihat pada kutipan berikut.

Sesulit apapun tantangan itu, sesulit apapun hambatan itu, kita harus bersama-sama membangun Negara ini, optimis Indonesia maju! (TTID/MK/JKW)

Data (TTID/MK/JKW) merupakan suatu perwujudan tindak meminta, fungsi menekan. Data tersebut merujuk pada pengulangan kata “sesulit apapun” merupakan suatu penekanan kata. Fungsi menekan sendiri merupakan suatu ekspresi sikap penutur kepada mitra tutur dengan tekanan atau desakan supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki oleh penutur.

Pertanyaan (Questions)

Penggunaan kata pertanyaan atau kalimat yang di dalam kalimatnya terkandung unsur perintah yang ingin dikehendaki oleh penutur.

Bos masih mau golput? Serius? No golput pilihan kita menentukan masa depan, menentukan 5 tahun dan 5 generasi, mari kita pilih pemimpin yang kerja, kerja kerja. Pilih kosong satu, pilih jokowi amin untuk Indonesia maju. (TTID/PTY/JWK)

Kata pertanyaan yang digunakan pada iklan capres jokowi, merujuk kalimat pertanyaan yang pada dasarnya umum. Data tersebut merupakan kalimat tanya yang sifatnya umum, jawabannya pun hanya se-kata dengan pertanyannya. Misalnya hanya memerlukan jawaban “tidak”. Seperti halnya dengan kalimat yang ada dalam iklan. Yakni memberikan pertanyaan yang sangat umum, dengan bertanya “ Bos masih mau golput? Serius?” dengan kata serius? Merujuk pada kalimat tanya yang memerlukan jawaban. Pada dasarnya kalimat tanya yang digunakan dalam jenis tindak tutur direktif merupakan kalimat tanya yang memberikan pertanyaan guna mitra tutur memberikan informasi atau jawaban. Berikut ini adalah kutipan fungsi pertanyaan.

Saya akan ambil bagian, kamu juga ya? Jangan sia-siakan kita harus ambil bagian, ayo pilih kosong satu. (TTID/PTY/JKW)

Jokowi amin untuk Indonesia maju. Kamu juga ya? (TTID/PTY/JKW)

Data (TTD/PTY/AHY) merupakan perwujudan dari tindak pertanyaan.

Kedua data tersebut merupakan suatu tindak pertanyaan yang sering ditanyakan kepada warga. Data tersebut merujuk pada fungsi pertanyaan karena

memerlukan jawaban dari warga. Pada pembahasan sebelumnya juga dibahas mengenai tentang fungsi pertanyaan yang bahwasannya penutur mengatakan kepada mitra tutur untuk mendapatkan informasi tertentu. Dari pertanyaan yang diutarakan dalam iklan juga mengandung makna tertentu, karena ingin mengetahui informasi tersebut.

Nasihat (Advisories)

Penggunaan kata nasihat, menunjukkan bahwa penutur memberikan masukan ataupun nasihat kepada mitra tuturnya sehingga mitra tutur mengkehendaki apa yang disampaikan oleh penutur.

Saudara saudaraku sebangsa dan setanah air, kita adalah bangsa yang optimis, bangsa yang pantang menyerah, perubahan demi perubahan akan sia-sia kalau kita hanya saling menilai dan saling menghujat antar sesama. (TTID/NSH/JKW)

Data (TTID/NSH/JKW) merupakan suatu perwujudan tindak nasihat yang digunakan Jokowi pada saat berkampanye ke warga-warga. Data tersebut merujuk pada kata atau kalimat yang tertera di atas, data tersebut merujuk tindak nasihat karena pada dasarnya tindak nasihat merupakan suatu ekspresi penutur, penutur bukanlah berkeinginan untuk melakukan tindakan tertentu, melainkan menyarankan suatu hal yang baik.

Tindak Tutar Ilokusi Direktif Iklan Capres Prabowo Subianto

Tindak tutur ilokusi direktif pada masa kampanye calon presiden oleh Prabowo Subianto terbagi menjadi tiga, yaitu mengabdikan, perintah, dan melarang.

Mengabdikan (Permissives)

Penggunaan kata “mengabdikan” menunjukkan bahwa penutur mengabdikan permintaan dari mitra tutur.

Saudara-saudara sekalian saya tau impian anak muda di belakang saya ini, karena saya dulu pernah muda seperti mereka, pasti mereka ingin mendapatkan pekerjaan yang baik. (TTID/MGBK/PS)

Data (TTID/MGBK/PS) merupakan tindak mengabdikan yang digunakan Capres Prabowo pada saat berkampanye ke warga-warga. Data tersebut data tersebut merujuk pada tindak mengabdikan. Dimana Capres Prabowo akan mengabdikan impian anak muda yang menurutnya menginginkan pekerjaan yang baik. Tindak mengabdikan merupakan suatu ekspresi kepercayaan kepada mitra tutur sehingga mitra tutur percaya ucapannya penutur mengandung alasan yang cukup untuk bertindak.

Perintah (Requirements)

Kata perintah merupakan suatu kata yang berisi suruhan atau intruksi kepada mitra tutur supaya mitra tutur melakukan apa yang ingin dikehendaki oleh penutur.

*Sekarang saatnya untuk maju bersama Gerindra (partai politik).
(TTID/PTH/PS)*

Data (TTID/PTH/PS) merupakan tindak perintah, yang digunakan capres Prabowo pada saat berkampanye ke warga-warga. Data tersebut merupakan perwujudan tindak perintah. "Sekarang saatnya untuk maju bersama Gerindra" pada kalmia tersebut termasuk tindak perintah, yang menyuruh masyarakat untuk memilih partai Gerindra dalam pemilu tahun 2019, dengan harapan setelah itu Capres Prabowo juga dipilih menjadi presiden. Kata atau kalimat yang merujuk pada tindak perintah, seperti halnya memerintah mitra tutur untuk bertindak

Melarang (Prohibitives)

Jenis tindak tutur melarang yakni, melarang mitra tutur untuk melakukan sesuatu hal yang ingin dikendaki oleh penutur.

*Rakyat semua, kita, anda, dan saya merasakan keadaan seperti ini,
keadaan ini tidak boleh dilanjutkan dan rezim ini harus tetap terganti.
(TTID/MLR/PS)*

Data (TTID/MLR/PS) merupakan perwujudan tindak melarang yang digunakan dalam iklan kampanye. Kalimat melarang dapat merujuk pada "keadaan ini tidak boleh dilanjutkan dan rezim ini harus tetap terganti." kalimat tersebut sudah merupakan tindak melarang untuk tidak melanjutkan rezim yang lama dan mengganti dengan presiden dan wakil presiden yang baru yaitu pasangan calon kosong dua, pada pembahasan sebelumnya juga sudah dibahas, bahwasannya tindak melarang merupakan suatu ekspresi melarang yang digunakan penutur kepada mitra tutur.

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan tentang jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi direktif iklan kampanye calon presiden Indonesia 2019, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terdapat enam jenis tindak tutur direktif kampanye pada iklan kampanye calon presiden Indonesia 2019. Jenis tersebut meliputi tindak meminta, pertanyaan, perintah, melarang, mengabdikan dan tindak nasihat.
2. Terdapat Sembilan belas fungsi tindak tutur direktif iklan kampanye calon presiden Indonesia 2019. Fungsi tersebut meliputi fungsi bertanya,

menghendaki, mengarahkan, mengintruksi, mengatur, mensyaratkan, melarang, menyetujui, memberi wewenang, mengizinkan, menasehatkan, memohon, menekan, mengundang, mengajak, berdoa, mengintrogasi, mengusulkan, dan fungsi mengarahkan.

Daftar pustaka

Chaer, Abdul. 2010. Kesantunan berbahasa. Jakarta: Rineka Cipta.

<http://citraindonesiaku.blogspot.com/2012/04/tindak-tutur-menurut-austin-dan-searle.html>

<http://edisuryadimaranaicindo.wordpress.com/2012/03/01/aspek-aspek-pragmatik-tindak-tutur-praanggapan-dan-implikatur-2/html>.

<http://pengertiandaninfo.blogspot.com/2013/02/konteks-dan-situasi-tutur-pragmatik.html>.

Rahardi, Kunjana. 2005. Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga

Sumarsono. 2010. Pragmatik. Singaraja: Unit penerbitan universitas pendidikan ganesha.

Suyono. 1990. Pragmatik Dasar-Dasar dan Pengajaran. Malang: Yayasan Asih Asah Malang

Wijana, I Dewa Putu. 1996. Dasar-Dasar Pragmatik. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.