

**ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM WACANA IKLAN
PRODUK PERAWATAN PRIBADI (*PERSONAL CARE*) DI
YOUTUBE: KAJIAN PRAGMATIK**

Skripsi Ini Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Humaniora pada Program
Studi Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas

**Vira Via Fadhilla
BP 1910722010**



Program Studi Sastra Indonesia

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Andalas

Padang

2023

ABSTRAK

Vira Via Fadhilla. 2023. “Analisis Tindak Tutur dalam Wacana Iklan Produk Perawatan Pribadi (*Personal Care*) di YouTube: Kajian Pragmatik”. Program Studi Sastra Indonesia. Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Andalas, Padang. Pembimbing I, Dra. Sri Wahyuni, M.Ed. dan Pembimbing II, Dra. Efri Yades, M.Hum.

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah: (1) Apa saja jenis-jenis tindak tutur dalam tindak ilokusi dan cara pengungkapan tindak tutur yang terdapat dalam wacana iklan produk perawatan pribadi di YouTube? (2) Apa saja tuturan yang mengandung tindak perlokusi dan efeknya yang terdapat dalam wacana iklan produk perawatan pribadi di YouTube? Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menjelaskan jenis-jenis tindak tutur dalam tindak ilokusi dan cara pengungkapan tindak tutur yang terdapat dalam wacana iklan produk perawatan pribadi di YouTube, (2) menjelaskan tuturan yang mengandung tindak perlokusi dan efeknya yang terdapat dalam wacana iklan produk perawatan pribadi di YouTube.

Terdapat tiga tahapan penelitian, yakni tahap penyediaan data, analisis data, dan penyajian hasil analisis data. Pada tahap penyediaan data, metode dan teknik yang digunakan adalah metode simak dengan teknik dasar sadap dan teknik lanjutan Simak Bebas Libat Cakap (SBLC) dan catat. Pada tahap analisis data, metode dan teknik yang digunakan adalah metode padan pragmatis, referensial, dan translasional dengan teknik dasar Pilah Unsur Penentu (PUP) dan teknik lanjutan Hubung Banding Menyamakan (HBS) dan Hubung Banding Membedakan (HBB). Pada tahap penyajian hasil analisis data digunakan metode penyajian informal.

Dari hasil analisis data, jenis-jenis tindak tutur dalam tindak ilokusi yang terdapat dalam wacana iklan produk perawatan pribadi di YouTube adalah: (1) tindak ilokusi asertif dengan tujuan untuk menyatakan, menyangkal, dan mengeluh, (2) tindak ilokusi direktif dengan tujuan untuk menyuruh, meminta, mengajak, melarang, menasihati, dan merekomendasikan, (3) tindak ilokusi ekspresif dengan tujuan untuk memuji, mengejek, memfitnah, menyalahkan, mengungkapkan humor, dan mengkritik. Cara pengungkapan tindak tutur yang terdapat dalam wacana iklan produk perawatan pribadi di YouTube adalah: (1) langsung literal dengan modus kalimat deklaratif, interogatif, dan imperatif, (2) tidak langsung literal dengan modus kalimat deklaratif dan interogatif, (3) langsung tidak literal dengan modus kalimat deklaratif dan imperatif, (4) tidak langsung tidak literal dengan modus kalimat deklaratif. Tuturan yang mengandung tindak perlokusi yang terdapat dalam wacana iklan produk perawatan pribadi di YouTube adalah: (1) tuturan meyakinkan, (2) tuturan mempermalukan, (3) tuturan menakut-nakuti, (4) tuturan menyuruh, (5) tuturan meminta, dan (6) tuturan mengajak. Adapun efek yang ditimbulkan dengan adanya tindak perlokusi tersebut adalah: (1) efek yakin, (2) efek malu, (3) efek takut, (4) efek melakukan suruhan, (5) efek melakukan permintaan, dan (6) efek menerima ajakan.

Kata kunci: *pragmatik, tindak tutur, iklan, perawatan pribadi, YouTube*