

**INDIRECT SPEECH ACT IN ADVERTISEMENT SELECTED VIDEOS  
ON “GRAMMARLY” YOUTUBE CHANNEL**

**A Thesis**

*Submitted as Partial Fulfillment to the Requirement for the Degree of  
Sarjana Humaniora*



**Prof. Dr.Oktavianus. M.Hum.**

**ENGLISH DEPARTMENT  
FACULTY OF HUMANITIES  
ANDALAS UNIVERSITY**

**PADANG**

**2020**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeteksi tindak tutur tidak langsung pada video iklan Grammarly di saluran YouTube. Peneliti mengidentifikasi dan menganalisis yang melihat dua klasifikasi tindak tutur sebagai tindak tutur tidak langsung. Kemudian, peneliti mengidentifikasi dan menganalisa penggunaan tindak tutur tidak langsung secara umum, diketahui sebagai *The Universal of Use Indirectness*. Peneliti menggunakan metode deskriptif pada penelitian ini. Kemudian, peneliti menggunakan metode simak dan teknik catat sebagai metode dan teknik pengumpulan data. Peneliti menganalisa data dengan metode pada pragmatik. Peneliti menggunakan teori dari Mey (2001) klasifikasi tindak tutur yang merangkum dari beberapa teori pendahulunya. Kemudian, peneliti menggunakan teori Thomas (1995) untuk menentukan penggunaan tindak tutur tidak langsung secara umum. Hasil analisis data disajikan secara deskriptif dan tabel. Dari penelitian ini, peneliti menemukan 52 ujaran tindak tutur tidak langsung oleh penutur. Klasifikasi tindak tutur yang dideteksi sebagai tindak tutur tidak langsung adalah asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Klasifikasi yang paling dominan ditemukan adalah asertif dengan total 34 kali. Penggunaan tindak tutur tidak langsung secara umum berupa ketertarikan, meningkatkan kekuatan pesan seseorang, tujuan yang bersaing, dan kesopanan. Penggunaan tindak tutur tidak langsung secara umum paling dominan adalah kesopanan dengan total 47 kali. Klasifikasi asertif paling dominan dikarenakan penutur banyak menyampaikan secara tegas kepercayaan ataupun ketidakpercayaannya kepada pendengarnya. Walaupun ujaran tersebut disampaikan dengan percaya diri, tetapi hal ini digunakan secara tidak langsung oleh penutur. Kesopanan yang paling dominan dikarenakan sudah menjadi kebiasaan ketika seseorang menuturkan sesuatu guna menjaga muka pendengar. Akhirnya, pendengar pun akan nyaman dan mengerti dengan baik ujaran yang disampaikan secara tidak langsung oleh penutur.

**Kata kunci:** Iklan, penggunaan sedunia tindak tutur tidak langsung, tindak tutur, tindak tutur tidak langsung.

## ABSTRACT

This study aims to detect indirect speech acts in Grammarly ad videos on YouTube channels. Researchers identified and analyzed which saw two the classification of speech act as indirect speech acts. Then, the researcher identified and examined the use of indirect speech acts in general, known as *The Universal of Use Indirectness*. Researchers used descriptive methods in this study. Then, the researcher used the observation method and note-taking technique as data collection methods and techniques. Researchers analyzed the data using the pragmatic identity method. The researcher used Mey's (2001) theory of speech act classification, which summarizes some of his predecessor theories. Then, the researcher uses Thomas's (1995) theory to determine the universal use of indirectness. The results of data analysis present descriptively and in tables. From this research, the researcher found that 52 indirect speech act utterances by speakers. The classifications detected as indirect speech acts were assertive, directive, commissive, expressive, and declarative. The most dominant category found was assertive, with a total of 34 times. The universal use of indirectness includes interestingness, increasing the force of one's message, competing goals, and politeness. The most dominant the universal use of indirectness is politeness, 47 times. The most dominant assertive classification is because speakers express their beliefs or distrust to their hearers. Although the utterance is delivered self-assured, it is used indirectly by the speaker. The most dominant politeness is that it has become a habit when someone says something to protect the hearer's face. Finally, the hearer will feel comfortable and understand well what utterances are conveyed indirectly by the speaker.

**Keywords:** *Advertising, indirect speech acts, speech act, the universal use of indirectness.*

