

**TINDAK TUTUR ILOKUSI IKLAN MINUMAN SUSU PADA
CHANNEL YOUTUBE IKLANESIA HD**

SKRIPSI

Oleh :

**Yesinta Meika
NIM F1012191024**



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2024

**TINDAK TUTUR ILOKUSI IKLAN MINUMAN SUSU PADA
CHANNEL YOUTUBE IKLANESIA HD**

Peneliti,



Yesinta Meika
NIM F1012191024

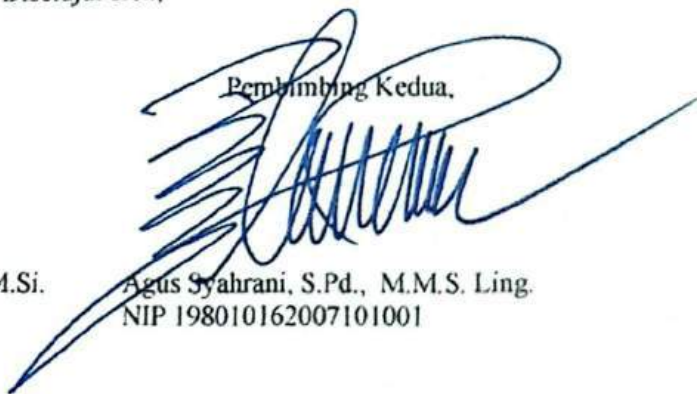
Disetujui oleh,

Pembimbing Pertama,



Drs. Ahmad Rabi'ul Muzammil, M.Si.
NIP 196706191993031002

Pembimbing Kedua,



Agus Syahrani, S.Pd., M.M.S. Ling.
NIP 198010162007101001

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Dr. H. Ahmad Yani T., M.Pd.
NIP 1966040119911021001

Lulus Tanggal: 06 Februari 2024

**TINDAK TUTUR ILOKUSI IKLAN MINUMAN SUSU PADA
CHANNEL YOUTUBE IKLANESIA HD**

SKRIPSI

**Tanggung Jawab Yuridis
Peneliti,**



**Yesinta Meika
NIM F1012191024**

Disetujui oleh,

Pembimbing Pertama



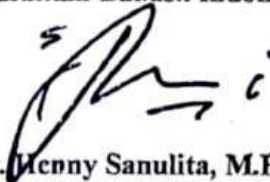
**Drs. Ahmad Rabi'ul Muzammil, M.Si.
NIP 196706191993031002**

Pembimbing Kedua



**Agus Syahrani, S.Pd., M.M.S.Ling
NIP 198010162007101001**

**Disahkan oleh,
Ketua Program Studi
Pendidikan Bahasa Indonesia**



**Dr. Menny Sanulita, M.Pd.
NIP 198209222006042002**

**TINDAK TUTUR ILOKUSI IKLAN MINUMAN SUSU PADA
CHANNEL YOUTUBE IKLANESIA HD**

Peneliti,



Yesinta Meika
NIM F1012191024

Pembimbing Pertama,



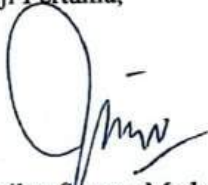
Drs. Ahmad Rabi'ul Muzammil, M.Si.
NIP 196706191993031002

Pembimbing Kedua,



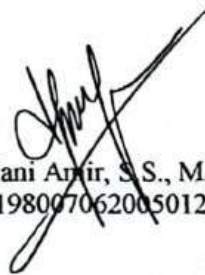
Agus Syalfram, S.Pd., M.M.S. Ling.
NIP 198010162007101001

Penguji Pertama,



Dr. Sisilya Saman Madeten, M.Pd.
NIP 196011091989032003

Penguji Kedua



Amriani Amir, S.S., M.Hum.
NIP 198007062005012004

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia



Drs. Ahmad Rabi'ul Muzammil, M.Si.
NIP 196706191993031002

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yesinta Meika

NIM : F1012191024

Jurusan/Prodi : Pendidikan Bahasa dan Seni/Pendidikan Bahasa Indonesia

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pontianak, Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Yesinta Meika

NIM F1012191024

BIODATA PENELITI

1. Nama : Yesinta Meika
2. NIM : F1012191024
3. Tempat, Tanggal Lahir : Senakin, 10 Mei 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Kristen
6. Status dalam Keluarga : Anak ke-4 dari 5 bersaudara
7. Alamat : Sungai Raya Dalam, Komplek Perumahan Taman
Sei Raya C9
8. Riwayat Pendidikan : SD Negeri 05 Senakin (2007-2013)
SMP Negeri 01 Sengah Temila (2013-2016)
SMA Negeri 01 Sengah Temila (2016-2019)
9. Identitas Orang Tua
 - a. Ayah : Anaran Onga
Agama : Kristen
Pekerjaan : Pensiunan PNS
 - b. Ibu : Yustina
Agama : Kristen
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Skripsi dengan judul **“Tindak Tutur Ilokusi Iklan Minuman Susu Pada Channel *Youtube IKLANESIA HD*”** digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar S1 pada Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni FKIP Universitas Tanjungpura.

Dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang dengan tulus memberikan motivasi, bantuan, dan bimbingan terutama kepada:

1. Drs. Ahmad Rabi’ul Muzammil, M.Si., selaku dosen Pembimbing Akademik dan dosen pembimbing pertama dalam skripsi yang telah membimbing, memberikan saran dan dukungan selama penulis menjalani perkuliahan. Semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah Subhanahu WaTa’ala.
2. Agus Syahrani, S.Pd., M.M.S.Ling., selaku Dosen Pembimbing Kedua dalam skripsi ini yang telah membimbing, memberi motivasi, dan masukan yang membangun kepada penulis demi kesempurnaan proposal penelitian. Semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah Subhanahu WaTa’ala.
3. Dr. Sisilya Saman Madeten, M.Pd., selaku Dosen Penguji Pertama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi penguji pada skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan kesehatan dan keberkahan.

4. Amriani Amir, M.Hum., selaku Dosen Penguji Kedua yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi penguji pada skripsi ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah Subhanahu WaTa'ala.
5. Dr. Henny Sanulita, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia yang telah memberikan kemudahan kepada peneliti mengenai urusan administrasi sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala memberikan kesehatan dan keberkahan.
6. Dr. Agus Wartiningih, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni yang telah memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala memberikan kesehatan dan keberkahan.
7. Prof. Dr. Ahmad Yani T, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura yang telah memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Subhanahu WaTa'ala memberikan kesehatan dan keberkahan.
8. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, yang telah memberikan ilmu dan motivasi selama perkuliahan.
9. Kedua orang tua dan keluarga, yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, Tuhan Yesus memberikati.
10. Teman-teman Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia angkatan 2019, yang telah memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang dan bertahan sejauh ini dengan segala keadaan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis sudah berusaha maksimal dalam penyusunan skripsi ini. Akan tetapi, jika masih terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini penulis menerima kritik dan saran agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Pontianak, Januari 2024
Peneliti,

Yesinta Meika
NIM F1012191024

ABSTRAK

Meika Yesinta, 2024. Tindak Tutur Ilokusi Iklan Minuman Susu Pada Channel Youtube IKLANESIA HD Skripsi Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia. Jurusan Bahasa dan Seni. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak. Pembimbing Pertama Drs. Ahmad Rabi"ul Muzammil, M.Si. Pembimbing Kedua Agus Syahrani, M.M.S.Ling.

Penelitian ini bertujuan menganalisis jenis, tuturan, dan fungsi tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan media youtube. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan bentuk kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan minuman susu pada channel *youtube IKLANESIA HD*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik dokumenter yang memusatkan perhatian melalui analisis dan interpretasi bahan tertulis yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa catatan, transkrip (teks yang diucapkan dalam video), buku, dan alat tulis. Alat pengumpulan data menggunakan handphone (gawai) sebagai alat yang dimanfaatkan untuk menonton iklan minuman susu diyoutube, Buku dan alat tulis digunakan untuk mencatat kata-kata, kalimat atau tuturan iklan yang ditonton diyoutube kemudian dianalisis tindak tutur ilokusinya. Teknik pengujian keabsahan data dalam penelitian ini adalah ketekunan pengamatan, triangulasi, dan kecukupan referensi. Hasil analisis data jenis tindak tutur ilokusi iklan minuman susu pada channel *youtube IKLANESIA HD* terdiri dari atas 5 jenis ilokusi, yaitu asertif 13 data, direktif 13 data, komisif 5 data, ekspresif 2 data, dan deklaratif 2 data. Adapun fungsi ilokusinya terdiri dari 10 fungsi, yaitu fungsi memberitahu 8 data, fungsi menyatakan 5 data, fungsi memohon 1 data, fungsi bertanya & menyarankan/merekomendasikan 5 data, fungsi mengajak 5 data, fungsi menyarankan/merekomedasikan 1 data, fungsi menasehati 1 data, fungsi menjanjikan 5 data, fungsi memuji 2 data, fungsi menentukan 2 data.

Kata kunci : Tindak Tutur Ilokusi, Pragmatik, Iklan Minuman Media Youtube.

ABSTRACT

Meika Yesinta, 2024. Illocutionary Speech Acts of Milk Drink Advertisements on the IKLANESIA HD Youtube Channel Indonesian Language Education Study Program Thesis. Department of Languages and Arts. Faculty of Teacher Training and Education, Tanjungpura University, Pontianak. Garden Supervisor Drs. Ahmad Rabi'ul Muzammil, M.Si. Second Supervisor Agus Syahrani, M.M.S.Ling.

This research aims to analyze the types, utterances and functions of illocutionary speech acts contained in YouTube media advertisements. The method used in this research is a descriptive method in qualitative form. The data source in this research is milk drink advertisements on the IKLANESIA HD youtube channel. The data collection technique used is a documentary technique that focuses attention through analysis and interpretation of written materials used to collect data in the form of notes, transcripts (text spoken in the video), books and writing instruments. The data collection tool uses a cellphone (device) as a tool used to watch milk drink advertisements on YouTube. Books and writing instruments are used to record the words, sentences or utterances of advertisements watched on YouTube and then analyze the illocutionary speech acts. The techniques for testing the validity of the data in this research are diligent observation, triangulation, and adequacy of references. The results of data analysis on the types of illocutionary speech acts advertising milk drinks on the IKLANESIA HD youtube channel consist of 5 types of illocutionary acts, namely assertive 13 data, directive 13 data, commissive 5 data, expressive 2 data, and declarative 2 data. The illocutionary function consists of 10 functions, namely the function of telling 8 data, the function of stating 5 data, the function of requesting 1 data, the function of asking & suggesting/recommending 5 data, the function of inviting 5 data, the function of suggesting/recommending 1 data, the function of advising 1 data, function promises 5 data, function praises 2 data, function determines 2 data.

Keywords: Illocutionary Speech Acts, Pragmatics, Youtube Media Drink Advertisements.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	i
BIODATA PENELITI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	10
E. Ruang Lingkup	10
F. Penjelasan Istilah	11
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Tindak Tutur	13
B. Pragmatik	17
C. Tindak Tutur Ilokusi	18
D. Klasifikasi Tindak Tutur Ilokusi	20
E. Situasi Tutur	31
F. Jenis – jenis Iklan	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Metode Penelitian	35
B. Bentuk Penelitian.....	35
C. Sumber dan Data Penelitian	36

D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	37
E. Teknik Analisis Data	39
BAB IV ANALISIS DATA	41
A. Analisis tindak tutur ilokusi asertif iklan minuman susu pada channel <i>Youtube IKLANESIA HD</i>	41
B. Analisis tindak tutur ilokusi direktif iklan minuman susu pada channel <i>Youtube IKLANESIA HD</i>	51
C. Analisis tindak tutur ilokusi komisif iklan minuman susu pada channel <i>Youtube IKLANESIA HD</i>	61
D. Analisis tindak tutur ilokusi ekspresi iklan minuman susu pada channel <i>Youtube IKLANESIA HD</i>	65
E. Analisis tindak tutur ilokusi deklaratif iklan minuman susu pada channel <i>Youtube IKLANESIA HD</i>	67
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Tindak Tutur Ilokusi (Asertif)	41
Tabel 2 Data Tindak Tutur Ilokusi (Direktif)	51
Tabel 3 Data Tindak Tutur Ilokusi (Komisif)	61
Tabel 4 Data Tindak Tutur Ilokusi (Ekspresif)	65
Tabel 5 Data Tindak Tutur Ilokusi (Deklaratif)	67

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan manusia untuk mengetahui sebuah informasi tertentu dan informasi bisa didapatkan manusia dengan melakukan aktifitas tindak tutur. Diungkapkan oleh Syamsuddin (1986:2), memberi dua pengertian bahasa. Pertama, bahasa adalah alat yang dipakai untuk membentuk pikiran dan perasaan, keinginan dan perbuatan-perbuatan, alat yang dipakai untuk mempengaruhi dan dipengaruhi. Kedua, bahasa adalah tanda yang jelas dari kepribadian yang baik maupun yang buruk, tandas yang jelas dari budi kemausiaan.

Tindak tutur merupakan satuan pragmatik yang cabang ilmu bahasa yang mengkaji bahasa dari aspek pemakaian aktualnya. Pragmatik mengkaji maksud penutur dalam menuturkan sebuah satuan lingual tertentu pada sebuah bahasa. Karena yang dikaji didalam pragmatik adalah makna, dapat dikatakan bahwa pragmatik dalam banyak hal sejajar dengan semantik yang juga mengkaji makna.

Alasan memilih pragmatik dalam kajian ini yaitu pertama, penelitian ini mengkaji tindak tutur ilokusi yang merupakan bagian dari kajian pragmatik. Kedua, Pragmatik menjadi bagian dari ilmu linguistik yang menyelidiki pemakaian bahasa dalam berkomunikasi, dengan menggunakan kajian pragmatik dapat mempermudah menganalisis tuturan antara penutur dan mitra tutur. Ketiga, kajian pragmatik dapat memberikan pengetahuan dan wawasan saat berkomunikasi baik secara formal maupun informal, secara langsung maupun

tidak langsung dengan cara menganalisis suatu tuturan-tuturan saat berkomunikasi.

Tindak tutur merupakan pengujian kalimat untuk menyatakan agar suatu maksud dari pembicara diketahui pendengar dan makna yang dikomunikasikan tidak hanya dapat dipahami berdasarkan penggunaan bahasa dalam bertutur tetapi juga ditentukan oleh aspek-aspek komunikasi secara komprehensif (menerima) dengan baik dan aspek situasional (mengenai) komunikasi yang tepat. Menurut Austin (1962: 12), mengatakan tindak tutur atau tindak ujar adalah bersifat sentral dalam pragmatik sehingga tindak tutur bersifat pokok dalam pragmatik tindak tutur merupakan tuturan yang didalamnya terdapat tindakan. Dengan mengucapkan sesuatu, penutur juga melakukan sesuatu. Dengan menuturkan sebuah ujaran, penutur memiliki tujuan yang ingin dicapai dari mitra tuturnya.

Tindak tutur ilokusi adalah tindakan yang memuat fungsi atau maksud dari penutur dalam berbicara. Alasan memilih tindak tutur ilokusi yaitu hendak menyampaikan fungsi dan makna tuturan yang merupakan bagian dari komunikasi untuk memahami suatu tuturan dari penutur. Peneliti memilih tindak tutur ilokusi untuk diteliti dan dianalisis, karena tindak tutur ilokusi merupakan sebuah tindakan yang tidak sekedar menyampaikan makna sebenarnya dari sebuah tuturan, tetapi juga memiliki tujuan dari penyampaian tuturan tersebut sehingga mempengaruhi mitra tutur untuk melakukan suatu tindakan.

Terdapat beberapa bagian dari tindak tutur ilokusi menurut Searle, yakni asertif, deklaratif, direktif, komisif dan ekspresif. Tindak tutur asertif merupakan tindak tutur yang menyangkut pembicaraan penutur yang dapat menyatakan

sesuatu yang benar berupa ekspresi, misalnya asertif menyatakan “*Anet mendapatkan juara satu lomba membaca puisi.*” Tindak tutur ilokusi direktif merupakan tuturan ilokusi yang tujuannya menghasilkan suatu efek berupa tindakan misalnya direktif mengajak “*(Ayo buruan promo ini terbatas)*” Tindak tutur komisif merupakan tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan segala hal yang disebutkan penutur misalnya komisif berjanji “*beli produk kami sekarang, dan dapatkan jaminan 3 tahun untuk kepastian Anda!*” Tindak tutur ekspresif merupakan tindak ilokusi yang berfungsi untuk mengungkapkan sikap penutur terhadap keadaan misalnya ekspresif memuji “*wahh, produk ini sangat menarik dan unik!*” Tindak tutur deklaratif merupakan tindak tutur yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataan misalnya setuju “*Saya setuju bahwa produk dalam negeri bisa bersaing sehat dega luar negeri.*”

Alasan memilih teori Searle pada kajian ini, karena teori Searle mengungkapkan batasan antara kelima kategori tindak tutur ilokusi secara jelas agar mempermudah dalam mengidentifikasi tindak tutur, kelima kategori tindak tutur tersebut ialah asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklarasi. Dari kategorisasi yang dibuat oleh Searle dapat disimpulkan bahwa semua tuturan adalah sebuah tindak tutur yang berupa kata, frasa, kalimat atau suara yang mempunyai makna mengekspresikan niat penutur maupun mitra tutur.

Promosi produk merupakan kegiatan untuk mengiklankan produk agar bisa menghasilkan suatu penjualan dan akan menciptakan rasa setia pelanggan atas merek tersebut. Terutama di era digital seperti saat ini cara mempromosikan produk menjadi lebih mudah dengan berbagai macam seperti pada media digital

untuk promosi iklan produk. Definisi promosi menurut Swastha dan Irawan 2005 dalam Yuliantiningsih dan Rahardjo 2016:3), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Iklan merupakan aktivitas pemasaran yang tergolong sangat tua karena iklan sudah ada sejak zaman Yunani Kuno. Kini ada banyak jenis dan bentuk iklan yang digunakan sebagai alat promosi bertujuan untuk menjual produk atau jasa kepada sasaran. Dengan iklan, pembuat iklan memiliki kendali penuh atas konten dan pesan yang ingin disampaikan iklan juga memberi nilai tambah yang berupa inovasi, penyempurnaan kualitas atau mengubah persepsi konsumen. Iklan dapat disajikan melalui berbagai macam media, antara lain youtube, televisi, radio, cetakan (majalah, surat kabar), papan billboard, baju kaos, dan macam-macam media lain. Oleh karena itu, suatu tantangan yang besar bagi pemasar untuk mengembangkan pesan dalam iklan dan memilih media yang dapat mengekspos konsumen, menangkap perhatian mereka, dan menciptakan pemahaman yang tepat.

Alasan memilih iklan minuman khususnya minuman susu yang pertama, belum ada yang meneliti iklan minuman khususnya susu sehingga membuat peneliti tertarik untuk menelitinya. Kedua, iklan minuman susu banyak diminati dan diiklankan dengan menggunakan diksi unik sehingga dapat menarik penonton untuk membelinya dan peneliti tertarik meneliti diksi sekaligus menganalisis tuturan dalam tayangan iklan tersebut. Ketiga, minuman susu banyak diproduksi dan baik dikonsumsi sejak bayi sampai dewasa dan biasa digunakan sebagai

minuman dasar untuk mencampurkan minuman lainya. Keempat, manfaat yang terkandung dalam minuman susu lebih banyak dan mengandung protein hewani yang dapat meningkatkan kemampuan kognitif dan intelektual. Kandungan vitamin B12, asam lemak B6, dan B9 penting untuk kinerja saraf di otak sehingga bisa berfungsi secara maksimal.

Media massa mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk menciptakan masyarakat yang sangat luas sebagai sarana atau alat yang dipakai dalam cara kerja komunikasi massa agar membuat semua orang bisa dengan mudah mendapatkan informasi baru. Menurut Effendy (2003: 65) dalam ilmu teori dan filsafat komunikasi, media massa digunakan dalam komunikasi jika komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang berpotensi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan.

Media sosial adalah media yang digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi satu sama lain, yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan. Didalam kehidupan sehari-hari yang sering digunakan untuk berbagai informasi salah satunya adalah youtube karena youtube media sosial dengan situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video clip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna youtube itu sendiri bahkan dilengkapi dengan berbagai iklan yang ditampilkan. Pengertian media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang

memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam (Chris Brogan, 2010).

Youtube sebagai media massa yang mengomunikasikan pesan-pesannya dengan cara yang sederhana, karena itulah maka informasi mudah dipahami dalam sekilas dan dengan konsentrasi yang tidak setinggi membaca. Dengan gambaran-gambaran yang memiliki banyak variasi sehingga pemirsa menaruh kesan secara langsung pada peristiwa-peristiwa dunia yang inisiatif serta ikut menghayatinya. Menurut Sianipar (2013) youtube ialah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu. youtube mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi video atau melihat video secara langsung.

Oleh karena itu, tidak sedikit orang-orang menjadi terkenal hanya dengan mengupload video mereka diyoutube. Youtube juga bisa jadi wadah untuk berpenghasilan dimana jika video yang diunggah memiliki pengikut yang sangat banyak maka itu akan menjadi penghasilan untuk si pengupload, maka dari itu sekarang youtube sangatlah diminati oleh berbagai kalangan.

Alasan memilih iklan youtube sebagai data penelitian, yaitu yang pertama dalam youtube pasti ada iklan karena iklan salah satu pendapatan youtube dan sudah pasti ada data yang peneliti inginkan di dalam iklan youtube. Kedua, youtube tidak kalah saing dengan hiburan yang lainnya seperti televisi, surat kabar, majalah, maupun tabloid. Ketiga, keunggulan youtube sendiri juga cepat dan langsung, hangat dan fleksibel. Keempat, youtube juga lebih merakyat dan

dapat menembus ke seluruh lapisan dan sangat menarik perhatian dengan kemampuannya yang kuat untuk mempengaruhi persepsi khlayak.

Peneliti ini didukung berdasarkan penelitian terdahulu, berikut adalah penelitian yang relevan dengan penelitian dilakukan:

1. Analisis Tindak Tutur dalam Iklan Produk Minuman di Televisi oleh Siska Dwi Esti, Akhmad Sofiyani, Andang Subaharianto. Universitas Jember.

Adapun persamaan pada penelitian penulis dan penelitian Siska Dwi Esti, Akhmad Sofiyani, Andang Subaharianto. Yaitu, sama-sama meneliti tindak tutur ilokusi iklan minuman dan untuk perbedaannya dari segi media yang digunakan penulis menggunakan media youtube sedangkan Siska Dwi Esti, Akhmad Sofiyani, Andang Subaharianto. Yaitu, menggunakan media televisi juga meneliti tindak tutur ilokusi dan perlokusi sedangkan penulis hanya meneliti tindak tutur ilokusi, Siska Dwi Esti, Akhmad Sofiyani, Andang Subaharianto menggunakan metode simak bebas libat cakap (SBLC) sedangkan penulis menggunakan metode deskriptif (penelitian yang mendalam).

2. Tindak Tutur *Ilokusi* Pada Iklan Radio Sonora oleh Evrosina Ersana. Universitas Tanjungpura, Pontianak.

Adapun persamaan penelitian ini dan peneliti Evrosina Ersana sama-sama meneliti tindak tutur ilokusi pada iklan. Selanjutnya, pada jenis penelitian yang sama menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, untuk perbedaannya dari segi media Evrosina Ersana menggunakan radio dan penulis menggunakan media youtube, Evrosina Ersana menganalisis bentuk, ciri,

fungsi dan jenis iklan sedangkan penulis menganalisis jenis tindak tutur ,tuturan iklan dan fungsi iklan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah umum penelitian ini adalah, “Jenis Tindak Tutur Iklan Minuman Susu Pada Channel *Youtube IKLANESIA HD*”. Rumusan masalah penelitian ini masih luas dan perlu dibatasi ruang dan lingkupnya agar lebih fokus. Dengan demikian, rumusan masalah tersebut dijabarkan dalam submasalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tindak tutur ilokusi asertif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*?
2. Bagaimana tindak tutur ilokusi direktif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*?
3. Bagaimana tindak tutur ilokusi komisif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*?
4. Bagaimana tindak tutur ilokusi ekspresi iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*?
5. Bagaimana tindak tutur ilokusi deklaratif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan tersebut, terdapat dua tujuan dalam penelitian ini, yaitu tujuan umum dan khusus. Secara umum tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan jenis tindak tutur ilokusi iklan minuman susu pada channel *youtube IKLANESIA HD*, adapun secara khusus tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan tindak tutur ilokusi asertif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*
2. Mendeskripsikan tindak tutur ilokusi direktif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*
3. Mendeskripsikan tindak tutur ilokusi komisif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*
4. Mendeskripsikan tindak tutur ilokusi ekspresif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*
5. Mendeskripsikan tindak tutur ilokusi deklaratif iklan minuman susu pada channel *Youtube IKLANESIA HD*

D. Manfaat Penelitian

Meneliti tindak tutur ilokusi iklan yang terdapat pada media *Youtube* merupakan hal yang menarik, khususnya tindak tutur lokusi iklan minuman susu pada channel *youtube Iklanesia HD*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan akan memberi banyak manfaat-manfaat penelitian dapat dilihat dari dua sisi, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pada bidang tindak tutur bahasa Indonesia, terutama dalam memahami tindak tutur ilokusi. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat.

2. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain, karena dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam penelitian selanjutnya dengan menggunakan kajian yang berbeda.
- 2) Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat, karena dapat meningkatkan pengetahuan dan kreativitasnya sebagai bekal dalam pengembangan ilmu pengetahuan praktis yang didapat serta mendapatkan manfaat ekonomis dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan, memberikan kontribusi positif untuk membeli produk yang ditawarkan dalam iklan tersebut dan meningkatkan kesadaran produk sehingga audiens akan lebih mudah mengidentifikasi produk dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang diiklankan.

E. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah objek yang akan diteliti. Tujuan dari ruang lingkup itu sendiri bertujuan untuk memudahkan dalam proses pengumpulan data lebih terarah. Penelitian ini berfokus pada tindak tutur iklan minuman susu pada channel *youtube IKLANESIA HD* yakni tindak tutur ilokusi

menggunakan teori Searle yang mengungkapkan batasan antara kelima kategori yaitu asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklarasif.

Dengan menggunakan teori pragmatik, tindak tutur, tindak tutur ilokusi, klasifikasi tindak tutur, dan jenis-jenis iklan. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kegiatan yang meliputi pengumpulan data dalam rangka menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan pada waktu yang sedang berjalan dari pokok suatu penelitian. Adapun yang akan dibahas berkaitan dengan jenis, tuturan iklan, dan fungsi iklan.

F. Penjelasan Istilah

Tujuan adanya penjelasan istilah dalam penelitian ini adalah untuk menghindari kerancuan yang mungkin timbul dalam menafsirkan istilah-istilah yang terdapat pada penelitian ini. Adapun penjelasan istilah dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Pragmatik adalah studi mengenai makna yang dituturkan penutur atau penulis lalu ditafsirkan pendengar atau pembaca.
2. Tindak Tutur menurut Searle (1969 dalam Rohmadi, 29:2004) tindak tutur adalah produk atau hasil dari suatu kalimat dalam kondisi tertentu dan merupakan kesatuan terkecil dari komunikasi linguistik yang dapat berwujud pernyataan, pertanyaan perintah atau yang lainnya.
3. Tindak tutur Ilokusi adalah tindakan bertutur untuk menyampaikan maksud ujaran atau tuturan kepada mitra tutur. Pada tindak tutur ilokusi, penutur menyatakan sesuatu dengan menggunakan suatu daya yang khas,

yang membuat si penutur bertindak sesuai dengan apa yang dituturkannya. Adapun tindak tutur ilokusi ini menggunakan teori menurut searle yakni asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklaratif.

4. Iklan Youtube adalah media promosi yang unik, dikemas berupa suara, gambar dan musik yang menarik.