



Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi Dalam Wacana Iklan Produk Kecantikan di Instagram

Anesih Tri Afriyanti¹, Prasetyo Yuli Kurniawan², Hany Uswatun Nisa³

^{1,2,3}PBSI Universitas Muhadi Setiabudi Brebes

Abstract

Received: 16 September 2022
Revised: 21 September 2022
Accepted: 29 September 2022

This study aims to find out (1) to find out the locution speech acts in the beauty product advertising discourse on Instagram, (2) to find out the Illocutionary speech acts in the beauty product advertising discourse on Instagram, (3) to find out the Perlocution speech acts in the beauty product advertising discourse on Instagram. This research uses a descriptive qualitative approach with pragmatic methods. This research is used to describe and explain the form of locution, illocutionary and perlocutionary speech acts in the discourse of advertisements for products of woe on Instagram. This research has discussed the subject matter regarding locution, illocutionary, and perlocutionary speech acts in the discourse of beauty product advertisements on Instagram. here are 3 things that can be concluded. The results of the ananalysis of speech acts there are 20 data on the form of speech acts in the discourse ofantikan product advertisements on Instagram which were taken from posts in July 2021 to posts in July 2022. There are 20 data analysis results, namely 5 locution speech act data, 10 illocutionary speech act data, and 5 perlocution speech act data.

Keywords: *Speech acts, Instagram, ads.*

(*) Corresponding Author: Anesihtriafriyanti@gmail.com, prasetyoyulikurniawan@gmail.com

How to Cite: Afriyanti, A., Kurniawan, P., & Nisa, H. (2022). Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi Dalam Wacana Iklan Produk Kecantikan Di Instagram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(18), 524-539. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7212647>

PENDAHULUAN

Bahasa berperan penting dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan tersebut ditandai oleh berbagai penyempurnaan bahasa dan kosa kata. Bahasa adalah sistem lambang bunyi arbiter, yang dipergunakan oleh para anggota masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Sebagai sara untuk bekerja sama dan berinteraksi, bahasa merupakan alat komunikasi yang penting bagi kehidupan manusia. Sebagai alat komunikasi antar anggota masyarakat berupa lambang bunyi suara yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Bahasa sebagai alat komunikasi dapat digunakan dalam bentuk lisan maupun tulisan, di dalam prosesnya melibatkan tiga komponen penting, yaitu pihak yang berkomunikasi, informasi yang dikemukakan, dan alat komunikasi (Pringgawidagda:2012)

Dalam komunikasi sehari-hari, alat yang paling sering digunakan adalah bahasa. Terdapat dua jenis bahasa yang sering digunakan, yaitu bahasa lisan dan tulis. Keduanya memiliki ciri yang berbeda. Bahasa lisan bersifat ekspresif, artinya mimik, intonasi, dan gerakan tubuh bercampur menjadi satu untuk mendukung komunikasi yang dilakukan dalam penyampaian di dalam gambaran, maksud, gagasan serta perasaan di dalam sebuah ide yang akan dikonsepskan. Bahasa tulis yaitu bahasa yang digunakan melalui media tulis atau bersifat



tekstual, tidak terkait dengan ruang dan waktu sehingga diperlukannya kelengkapan secara struktural.

Bahasa dapat digunakan sebagai media promosi melalui berbagai iklan. Langkah awal adalah penyebutan merk, sebagai tujuan jaminan atas mutu barang yang diiklankan. Penyampainnya dapat dilakukan melalui media cetak maupun media elektronik.

Media sosial merupakan salah satu cara ampuh untuk mempromosikan. Media sosial instagram merupakan media massa audiovisual maupun visual dengan sifatnya yang berbeda dengan media. Media cetak mempunyai kekuatan pada visualnya, media audio (radio) mempunyai kekuatan pada sisi suara dan media audiovisual memiliki kekuatan keduanya.

Tentunya dalam mendapatkan informasi manusia menggunakan media cetak, seperti surat kabar, majalah, maupun media elektronik, seperti televisi dan radio ataupun media sosial seperti *Facebook, twitter, instagram*. Media sosial adalah sesuatu yang terhubung dengan internet yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat dari anak-anak yang mulai remaja hingga orang dewasa salah satunya adalah *instagram*. *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Salah satu bagian dari *Instagram* yang sangat menarik untuk dibahas. Kehadiran media sosial *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Whatsapp*, dan lainnya, merupakan cerminan dari kebutuhan masyarakat untuk dapat memperoleh berbagai macam informasi yang cepat dan tepat dan menjalin komunikasi jarak jauh atau virtual. Kedua karakteristik tersebut menunjukkan fungsi transaksional dan interaksional bahasa. Karakteristik komunikasi virtual yang membuat partisipan tutur tidak dapat bertatap muka secara langsung berdampak pada bagaimana tuturan dihasilkan dan diinterpretasikan. Hal ini yang akan mempengaruhi perilaku berbahasa penutur, seperti halnya tindak tutur dalam wacana iklan di *instagram*.

Modal periklanan di media sosial dapat menjadikan sebuah media informasi yang terperinci. Karena media sosial memiliki kekuatan persuasif yang cukup kuat, yaitu dapat dilihat dan didengar. Mempromosikan hasil produk iklan harus memperhatikan cara penyampaian dalam mempromosikannya. Dengan penyebutan merk produk dan menggunakan retorika bahasa yang bagus, dapat mempengaruhi sebagian besar penonton media sosial terpengaruh atas produk yang ditawarkan. (Anjani, 2016:10) iklan media sosial adalah proses komunikasi yang melibatkan: pertama, orang yang disebut sebagai sumber munculnya ide iklan; kedua, sebagai medium; dan ketiga, adalah audiens.

Fungsi iklan adalah sebagai alat komunikasi yang memberikan informasi, pengumuman atau menjual sebuah produk, pada umumnya, media sosial memiliki peran penting di antaranya yaitu, pertama, membangun dan mengembangkan citra positif bagi suatu perusahaan dan produk yang dihasilkan, melalui proses sosialisasi yang terencana dan tertata baik. Kedua, membentuk opini publik yang positif terhadap perusahaan atau produk tersebut. ketiga, menjalin komunikasi secara efektif dan efisien dengan masyarakat luas, sehingga dapat terbentuk pemahaman dan pengertian yang sama terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada masyarakat oleh perusahaan tersebut. keempat, mengembangkan kepercayaan masyarakat terhadap produk konsumsi dan perusahaan yang memproduksinya.

Produk atau barang yang diiklankan. Pengenalan produk kecantikan melalui media audiovisual lebih meyakinkan pembeli. Produk kecantikan pada era muda ini dijadikan kebutuhan terhadap kaum perempuan.

Studi bahasa yang sering dipergunakan untuk mengkaji bahasa iklan pada media sosial dalam beberapa penelitian kebahasaan adalah pragmatik, sebuah bidang kajian ilmu bahasa yang memperhatikan fungsi penyampaian bahasa di masyarakat. Menurut Rani (2017:2-7), pragmatik adalah cabang ilmu yang membahas makna satuan lingual yang mempelajari makna secara eksternal. Makna yang menjadi kajian pragmatik adalah maksud penutur (*speaker meaning*) atau (*speaker sense*). Selain itu, pragmatik merupakan sebuah kajian mengenai hubungan antara bahasa dengan konteks yang menjadi dasar dari penjelasan tentang pemahaman bahasa. Hal ini menunjukkan bahwa kajian pragmatik memfokuskan terhadap penggunaan bahasa yang berhubungan dengan konteks. Yulianingsig (2019: 3) mengemukakan bahwa pragmatik adalah sebuah studi yang membahas tentang makna yang disampaikan oleh penutur (penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (pembaca), dapat disimpulkan bahwa pragmatik merupakan ilmu yang menelaah keberadaan konteks yang mempengaruhi dalam penafsiran kalimat.

Begitu banyak terpaan iklan yang membayangi dalam masyarakat. Iklan tentunya memberikan sebuah pengaruh kepada masyarakat di berbagai kalangan. Salah satu dampak iklan muncul sifat konsumtif masyarakat terhadap suatu barang atau penyedia jasa. Namun, mampu tidaknya sebuah iklan mempengaruhi masyarakat, tidak terlepas dari beberapa faktor, karena pada realitasnya tidak semua iklan menarik bagi masyarakat. Dalam hal tersebut, penyusunan iklan harus memperhatikan hal-hal penting sehingga dapat mempengaruhi masyarakat ketika melihat iklan tersebut. Salah satu hal yang berpengaruh dalam sebuah iklan adalah bahasa. Bahasa itulah yang merupakan bentuk tuturan secara tidak langsung antara produsen kepada konsumen.

Dalam penuturan menimbulkan di suatu tindakan, tindak tutur merupakan suatu tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan. Tindak tutur yang ditampilkan dalam tuturan ada tiga macam, yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi, dan tindak tutur perlokusi, tindak tutur lokusi adalah jenis tindak tutur yang dilakukan oleh penutur kepada petutur dengan tujuan menyampaikan informasi tertentu. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur bahasa yang direalisasikan, dengan wujud tindakan. Tindak tutur perlokusi adalah sebab akibat dari tindak tutur yang dilakukan oleh orang lain. Efek dari pengaruh tersebut dapat secara sengaja atau tidak sengaja di kreasikan oleh penuturnya. Ketiga jenis tindak tutur tersebut biasanya dapat ditemukan dalam sebuah wacana iklan, dengan lebih mendetailkan daya ilokusi dan perlokusinya sangat besar.

Dalam penelitian ini, penulis memilih iklan dalam media sosial karena sejauh pengamatan penulis iklan belum banyak yang diteliti dari segi tuturannya. Alasan penulis menggunakan media sosial sebagai sumber data: (1) dalam media sosial banyak iklan yang menampilkan beragam bahasa (2) media sosial merupakan salah satu media yang menjadi sumber informasi banyak orang (3) media sosial merupakan salah satu media iklan yang banyak diminati oleh banyak orang.

Salah satu kajian pragmatik adalah bahasa dan konteks yang mendasari penjelasan mengenai pengertian bahasa. Produk kecantikan memerlukan kajian tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi sebagai peristiwa berbahasa dalam berkomunikasi. Beberapa alasan tersebut menarik penulis untuk menulis skripsi dengan judul “ Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi dan Perlokusi dalam Wacana Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial”.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang digunakan ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. “penelitian kualitatif ialah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah” (Moelong, 2013:6). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dengan tujuan untuk memahami fenomena sosial yang termasuk fenomena kebahasaan. Fenomena sosial tentunya berkaitan dengan fenomena kebahasaan yang dapat ditemukan dalam segala komunikasi, interaksi, dan kegiatan aktifitas kehidupan bermasyarakat.

Pendekatan penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif karena menyajikan data dalam bentuk kata-kata. Sebagaimana pengertian kualitatif yang didefinisikan oleh Moleong (2016:6) berikut ini.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Hal ini selaras dengan pendapat menurut Sugiyono (2017:15) yang mendefinisikan metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivesme, digunakan untuk meneliti apabila kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrumen kunci, pengambilan sampel dan sumber data.

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak. Metode simak yaitu metode yang berupa menyimak, dalam hal ini menyimak penggunaan bahasa. Peneliti menyimak dokumentasi berupa foto atau rekam layar pada tuturan di setiap postingan iklan produk kecaantikan. Selanjutnya ditranskripsikan data yang telah dikumpulkan selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan makna dari tuturan wacana iklan produk kecantikan di instagram berdasarkan analisis pragmatik.

Proses analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 4 tahap yang meliputi identifikasi, pada tahap ini peneliti akan mengidentifikasi tuturan iklan yang dicurigai mengandung tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi. Selain itu, pada proses identifikasi, peneliti akan mengidentifikasi tuturan iklan tersebut berdasarkan jenis tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi. Kedua, tahap

klasifikasi, pada tahap ini peneliti akan mengklasifikasikan atau mengelompokkan tuturan iklan yang diperoleh berdasarkan jenis tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi. Ketiga tahap interpretasi atau tahap penafsiran, peneliti akan menafsirkan data atau fakta yang diperoleh. Dari data atau fakta yang diperoleh itu, peneliti akan menetapkan maksud-maksud yang terdapat pada data atau fakta yang peneliti telah temukan dalam lapangan. Keempat, tahap pelaporan, setelah menyelesaikan tahap identifikasi, klasifikasi, interpretasi, peneliti akan melaporkan hasil temuan atau penelitiannya dalam bentuk deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan disajikan deskripsi penelitian dan pembahasan mengenai analisis tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam wacana iklan produk kecantikan di instagram. Adapun hasil dan pembahasan yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 1 Bentuk Tindak tutur

| No | Data tuturan | Bentuk tindak tutur | | |
|----|--|---------------------|---------|-----------|
| | | Lokusi | Ilokusi | Perlokusi |
| 1. | Wardah beauty expert indonesia introducing the new advanced match technology berdasarkan hasil riset 89.000 warna kulit dengan powerfull artifisiel antilegent mendeteksi warna kulit secara akurat dapatkan pilihan complexion sesuai warna kulitmu. Coba berbagai make up look sesuaikan dengan produk favoritmu, try now @wardahbeauty.com | √ | | |
| 2. | Yuhuu..kulit glowing maksimal approved by stay, aku punya dua opsi serum implora yang bisa dijadiin dua pilihan, yapp... ini dia nih 24k gold serum dan luminous dari implora, harganya juga murah banget Cuma 35.000 aja, nah untuk luminous ini memiliki kandungan niacimide 10% yang bagus banget untuk mencerahkan kulit, melembabkan, menyamarkan noda hitam dan pori-pori, memudarkan bekas jerawat dan masih banyak fungsi lainnya. Teksturnya agak kental tapi gampang meresap. Kalo ini untuk kulit kalian yang sensitif 24k gold serum yang mengandung niacimide lebih rendah yaitu 5% manfaatnya hampir sama tapi untuk teksturnya lebih cair daripada yang luminoun. Penasaran gak sih sama hasilnya dikulit kalian. Yuk cobain... | | | √ |
| 3. | Lipcream rasa permen? Guys ada racun baru dari implora jadi mereka colab sama relaxa, tau dong permen relaxa yang adem-adem itu jadi isinya tuh ada dua yang pertama tuh ada barley, ini warnanya orange bata gitu cakep banget dan yang bikin aku waw ini tuh formulnya baru jadi lebih nyaman guys dipake bener-bener lebih smooth dan gak bikin kering. Udah gitu rasanya sama persis sama permen relaxa dong, tapi jangan kalian makan yahh guys, ohya pas kering dia juga transferproof, nah yang satu lagi ini varian grape dia warnanya lebih kemerah, | | | |

| | | |
|-----|---|---|
| | jujur aku bukan pecinta lipcream merah tapi ini cakep merahnya jadi gak kaya merah cabe merahnya merah mahal gitu dan rasanya kaya permen relaxa yang varian anggur. Nah ini aku juga cobain ombre dan mereka cocok banget dua warna ini. Fiks ini lipcream dua puluh ribuan favorit aku sih, cuss buruan cobain. | √ |
| 4. | Purbasari liquid eyeliner make up hacks, pakai selotip yah.. formulanya cepat kering saat diaplikasikan ke mata, gak berantakan kemana-mana guys hasilnya mate banget. Cobain juga yukss.. | √ |
| 5. | Orang bilang kalau masu sehat harus rajin olahraga, katanya juga bisa wajah jadi glowing sayangnya olahraga aja gak cukup buat aku, tapi aku gak sedih lagi karna aku tau solusinya pore refining series dari latulip bantu menyerap keringat berlebih dan mengangkat kotoran yang menyumbat pori dengan membantu kulit tampak cerah, melembabkan kulit dan membantu meringkas pori. Pore refining series dari latulipe solusi wajah bebas minyak untuk yang berani tampil apa adanya. | √ |
| 6. | BI 1 : Skincare lebih maksimal loh pake sunscreen, BI 2 : Cuma kalo bikin ga nyaman engga deh BI 1 : Kalo kita pakai yang ini BI 2 : Sunscreen nomor satu di indonesia teksturnya ringan cepat meresap, dengan spf 30 PA+++ ziro alkhohol dan kaya akan vitamin. BI 1 : Kamu pake sunscreen di rumah? BI 2 : Ya iya dong, bukan Cuma UV yang ga baik blue light juga loh, soo | √ |
| 7. | Noda bekas jerawat? Cepat lawan dan cerahkan noda bekas jerawat | √ |
| 8. | BI 1 : Cowo pasti tau yang alat yang pas, habis aktivitas muka jadi kotor dan berjerawat. Ntar jerawat loh BI 2 : Mana sabun? BI 1 : Bro buat muka pilih yang pas juga VO : Garnier acneFight dengan salicil acid, dan lawan 99% kuman penyebab jerawat dalam 10 detik. BI 1 : ini cara gue lawan jerawat, buktiin sendiri VO : Garnier acnoFight, dari Garnier man. | √ |
| 9. | Perempuan indonesia berbanggalah karna kamu itu cantik dari kelembutanmu yang terlukis disetiap keringat saat menjaga dan merawat keluargamu, dari kemandirian dan kerja kerasmu dalam membangun karir dengan caramu sendiri dari ketekunan dan usahamu merajut prestasi demi cerahnya masa depanmu walau terkadang kamu sampai tak punya waktu untuk merawat dirimu sendiri, itu tetap tidak menyingkirkan kecantikan sejati yang kamu punya. Ga papa ko its okay, tetap fokus pancarkan cantik dari kulit wajahmu. Biar sahabat kulit cantikmu yang handle bestie.. | √ |
| 10. | White story acne series untuk kulit berjerawat, acne facial wash dan toner membersihkan kulit dari kotoran acne white story mengandung Niacimide, BHA, dan cica. Untuk mengontrol minyak berlebih dan acne cream mengandung sulfur dan calamine.Terbukti efektif untuk atasi jerawat. Skincare sultan cum 40.000. white story | √ |

| | | |
|-----|---|---|
| | skincare for everyone. | |
| 11. | Hai kamu saatnya cintai lebih kulitmu bagian tubuh paling spesial yang beri rasa percaya diri waktunya love your skin dengan perhatian, sentuhan, keharuman dan lembutnya cinta. Manjakan kulitmu dengan Moisture care biore setiap mandi. And say helloww to glowing moist skin, boire love your skin. | √ |
| 12. | BI 1 : Bruntusan ga hilang-hilang? B I 2 : Pakai Ponds pure bright dengan activacted charcoal, 5 kali bersih mendalam ke pori-pori, angkat debu dan kotoran? Kulit glowing dan mulus. | √ |
| 13 | BI 1 : Aku selalu pakai marina natural anti bacterial handsanitizer yang mengandung 73% natural natural alkhohol dan eucalyptus untuk membersihkan tanganku dari bakteri dan juga virus, aku gak khawatair tangan jadi kering dan iritasi walupun sering pakai | √ |
| 14. | Kulit ketiak gelap? Kamu butuh micro vitamin c yang menutrsi hingga ke dalam, baru dari nivea. | √ |
| 15. | Ingin dapatkan kebaikan sinar matahari tapi takut kulit kusam? Baru vaseline daily sun cream dengan tekstur ringan mengandung vaseline jely dan SPF 50 lindungi kulit dari matahari dengan vaseline daily sun cream | √ |
| 16. | BI 1 : Memperkenalkan wardah everyday matte lip shot formula ringan quickset, ada 5 pilihan warna intens, selalu siap jadi beauty conten kreator, camera ready colors woww so hype smart. | √ |
| 17 | Banyak yang bilang pake sun screen kalo ketemu matahari aja, eitss mas mas turunin dikit dong nah gini kan ena, walaupun aktifitas di dalam ruangan kulit kita juga butuh sun screen, sinar UV masih bisa masuk ruangan menembus kaca jendela sampai ke kulit apalagi kalau outdoor, sun screen is emas. | √ |
| 18 | Mau bukber malah jerawat, mau ramadhan tapi skin beries nya rusak, mau lebaran malah kulit kusan, mau silaturahmi malah mata panda. Siap hadapi semua rencana karna kamu sudah glowing dari sekarang bersama elsheskin. | √ |
| 19. | Marina Euad de Toillete dengan kemasan dan wangi baru melindungi dengan anti bacterial menyegarkan lebih berbunga-bunga dan tahan lama, dengan marina beri semnagat jalani perubahan . | √ |
| 20. | Baru handbody serum dari marina healthy booster body serum limited edition, serum kaya nutrisi mudah meresapdengan delapan health skin booster, kakadu plum mencerahkan dengan 900 kali vitamin C dan maqui berry menutrisi menutrisi 600% anti oksida dilengkapi vitamin C dan D3, Zinc dan 3x antiooxidant teruji klinis dan UV protection. Marina healthy boster body serum perlindungan untuk kulit ekstrak glowing. Limited edition dapatkan sekarang. | √ |

PEMBAHASAN

Bentuk tindak tutur lokusi dalam wacana iklan produk kecantikan di instagram

1. Data (1)

Iklan produk wardah Dalam postingan instagram @wardahbeauty yang diunggah pada tanggal 13 Juli 2022.

Konteks : Tiga wanita yang sedang kebingungan untuk mencoba produk ini itu tapi khawatir shadenya tidak sesuai.

Tuturan : Wardah beauty expert indonesia introducing the new advanced match technology berdasarkan hasil riset 89.000 warna kulit dengan powerfull artifisiel antilegent mendeteksi warna kulit secara akurat dapatkan pilihan complexion sesuai warna kulitmu. Coba berbagai make up look sesuaikan dengan produk favoritmu, try now wardahbeauty.com.

Tuturan data (1) adalah tindak tutur lokusi untuk menyatakan sesuatu, performansi dari berbagai tindakan tertentu, misalkan tindakan membuat pernyataan, memberikan pernyataan, menjelaskan, mendeskripsikan, dan lain-lain. Maksud tuturan (1) adalah untuk menjelaskan berbagai macam pilihan shade untuk warna kulitmu, dengan dibuktikan kalimat “mendeteksi warna kulit secara akurat dapatkan pilihan complexion sesuai warna kulitmu”.

2. Data (5)

Iklan produk Pore Refining Series dalam postingan instagram @latulipecosmetiques_ yang diunggah pada tanggal 20 mei 2022

Konteks : seorang wanita yang sedang berolahraga yang terkadang merasa produksi keringat berlebihan pada wajah bisa membuat kulit kita terlihat kusam, ditambah pori-pori jadi semakin nampak.

Tuturan : Orang bilang kalau mau sehat harus rajin olahraga, katanya juga bisa wajah jadi glowing sayangnya olahraga aja gak cukup buat aku, tapi aku gak sedih lagi karna aku tau solusinya pore refining series dari latulip bantu menyerap keringat berlebih dan mengangkat kotoran yang menyumbat pori dengan membantu kulit tampak cerah, melembabkan kulit dan membantu meringkas pori. Pore refining series dari latulipe solusi wajah bebas minyak untuk yang berani tampil apa adanya.

Tuturan data (5) adalah tindak tutur lokusi untuk menyatakan sesuatu, performansi dari berbagai tindakan tertentu, misalkan tindakan membuat pernyataan, memberikan pernyataan, menjelaskan, mendeskripsikan, dan lain-lain. Maksud tuturan (5) adalah untuk menjelaskan, hal tersebut dapat dibuktikan dalam kalimat tuturan “latulip bantu menyerap keringat berlebih dan mengangkat kotoran yang menyumbat pori dengan membantu kulit tampak cerah, melembabkan kulit dan membantu meringkas pori”

3. Data (10)

Iklan produk Facial Wash dalam postingan instagram @whitestory yang diunggah pada tanggal 9 Juni 2022

Konteks :seseorang wanita cantik yang sedang menggunakan produk whitestory acne series dengan harga hanya 150 ribuan udah dapet facial wash , toner, serum dan acne cream.

Tuturan : White story acne series untuk kulit berjerawat, acne facial wash dan toner membersihkan kulit dari kotoran acne white story mengandung Niacimide, BHA, dan cica. Untuk mengontrol minyak berlebih dan acne cream mengandung sulfur dan calamine. Terbukti efektif untuk atasi jerawat. Skincare sultan cum.

Tuturan data (10) adalah tindak tutur lokusi untuk menyatakan sesuatu, performansi dari berbagai tindakan tertentu, misalkan tindakan membuat pernyataan, memberikan pernyataan, menjelaskan, mendeskripsikan, dan lain-lain. Maksud tuturan (10) adalah untuk menjelaskan, hal tersebut dapat dibuktikan dalam kalimat tuturan “acne white story mengandung Niacimide, BHA, dan cica”.

4. Data (15)

Iklan produk Vaseline Sun Care dalam postingan @vaselineid yang diunggah pada tanggal 9 Desember 2021.

Konteks : perempuan yang sedang menggunakan vaseline sun care dan menggunakannya dibawah terik matahari untuk membutikkan terhadap produk vaselin sun care yang teksturnya ringan membuat sunscreen ini mudah menyerap, sekaligus melembabkan.

Tuturan : Ingin dapatkan kebaikan sinar matahari tapi takut kulit kusam? Baru vaseline daily sun cream dengan tekstur ringan mengandung vaseline jely dan SPF 50 lindungi kulit dari matahari dengan vaseline daily sun cream.

Tuturan data (15) adalah tindak tutur lokusi untuk menyatakan sesuatu, performansi dari berbagai tindakan tertentu, misalkan tindakan membuat pernyataan, memberikan pernyataan, menjelaskan, mendeskripsikan, dan lain-lain. Maksud tuturan (15) adalah untuk membuat pernyataan , hal tersebut dapat dibuktikan dalam kalimat tuturan “Baru vaseline daily sun cream dengan tekstur ringan mengandung vaseline jely dan SPF 50 lindungi kulit dari matahari dengan vaseline daily sun cream”

5. Data (17)

Iklan produk Sun Screen Avoskin dalam instagram @avoskin yang diunggah pada tanggal 6 Juli 2022.

Kontek : Seorang laki-laki yang menjelaskan soal pentingnya pakai sunscreen ini
Tuturan : Banyak yang bilang pake sun screen kalo ketemu matahari aja, eitss mas mas turunin dikit dong nah gini kan ena, walaupun aktifitas di dalam ruangan kulit kita juga butuh sun screen, sinar UV masih bisa masuk ruangan menembus kaca jendela sampai ke kulit apalagi kalau outdoor, sun screen is emas.

Tuturan data (17) adalah tindak tutur lokusi untuk menyatakan sesuatu, performansi dari berbagai tindakan tertentu, misalkan tindakan membuat pernyataan, memberikan pernyataan, menjelaskan, mendeskripsikan, dan lain-lain. Maksud tuturan (17) adalah untuk membuat pernyataan , hal tersebut dapat dibuktikan dalam kalimat tuturan “sinar UV masih bisa masuk ruangan menembus kaca jendela sampai ke kulit apalagi kalau outdoor”

Bentuk tindak tutur ilokusi dalam wacana iklan produk kecantikan di instagram.

6. Data (3)

Iklan produk Lipcream X Relaxa dalam postingan @implora cosmetics yang diunggah pada tanggal 29 Juni 2022

Konteks : perempuan yang mencoba lipcream matte dengan sensasi dingin dan manis kaya implora x relaxa Lip cream Matte dengan dua varian Barley dan grape.

Tuturan : Lipcream rasa permen? Guys ada racun baru dari implora jadi mereka colab sama relaxa, tau dong permen relaxa yang adem-adem itu jadi isinya tuh ada dua yang pertama tuh ada barley, ini warnanya orange bata gitu cakep banget dan yang bikin aku waw ini tuh formulnya baru jadi lebih nyaman guys dipake bener-bener lebih smooth dan gak bikin kering. Udah gitu rasanya sama persis sama permen relaxa dong, tapi jangan kalian makan yahh guys, ohya pas kering dia juga transferproof, nah yang satu lagi ini varian grape dia warnanya lebih kemerah, jujur aku bukan pecinta lipcream merah tapi ini cakep merahnya jadi gak kaya merah cabe merahnya merah mahal gitu dan rasanya kaya permen relaxa yang varian anggur. Nah ini aku juga cobain ombre dan mereka cocok banget dua warna ini. Fiks ini lipcream dua puluh ribuan favorit aku sihh, cuss buruan cobain.

Tuturan data (3)) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (3) adalah untuk memberitahu soal produk terbaru dari postingan tersebut, dan memerintah untuk cobain produknya, hal ini dapat dibuktikan dalam kalimat “Lipcream rasa permen? Guys ada racun baru dari implora jadi mereka colab sama relaxa, tau dong permen relaxa yang adem-adem itu jadi isinya tuh ada dua yang pertama tuh ada barley, ini warnanya orange bata gitu cakep banget dan yang bikin aku waw ini tuh formulnya baru jadi lebih nyaman guys dipake bener-bener lebih smooth dan gak bikin kering” dan “Fiks ini lipcream dua puluh ribuan favorit aku sihh, cuss buruan cobain”.

7. Data (4).

Iklan produk purbasari liquid eyeliner pada postingan @purbasari makeup indonesia yang diunggah pada tanggal 29 Juni 2022.

Konteks : seorang wanita yang sedang mencoba menggunakan eyeliner dengan tips tips yaang unik

Tuturan : Purbasari liquid eyeliner make up hacks, pakai selotip yah.. formulnya cepat kering saat diaplikasikan ke mata, gak berantakan kemana-mana guys hasilnya mate banget. Cobain juga yukss..

Tuturan data (4) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (4) memerintah untuk menggunakan selotip agar tidak berantakan ketika mengaplikasikannya. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “pakai selotip yah”.

8. Data (6)

Iklan wardah UV Shield Essential Sunscreen Gel. Pada postingan @wardahbeuty yang diunggah pada tanggal 26 April 2022

Konteks : dua perempuan yang sedang beraktivitas dan tidak lupa untuk menggunakan produk wardah UV Shield series.

Tuturan : BI 1 : Skincare lebih maksimal loh pake sunscreen,

BI 2 : Cuma kalo bikin ga nyaman engga deh

BI 1 : Kalo kita pakai yang ini

BI 2 : Sunscreen nomor satu di indonesia teksturnya ringan cepat meresap, dengan spf 30 PA+++ ziro alkhohol dan kaya akan vitamin.

BI 1 : Kamu pake sunscreen di rumah?

BI 2 : Ya iya dong, bukan Cuma UV yang ga baik blue light juga loh.

Tuturan data (6) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (4) memberitahu. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “Ya iya dong, bukan Cuma UV yang ga baik blue light juga loh.”

9. Data (7)

Iklan serum garnier pada postingan @garnierindonesia yang diunggah pada tanggal 3 Juli 2022.

Konteks : noda bekas jerawat yang susah banget hilang

Tuturan : Noda bekas jerawat? Cepat lawan dan cerahkan noda bekas jerawat .

Tuturan data (7) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (7) memberitahu. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “Cepat lawan dan cerahkan noda bekas jerawat”

10. Data (12)

Iklan produk ponds pure bright facial foam pada postingan @pondsindonesia diunggah pada tanggal 7 Juni 2022

Konteks: produk ponds yang diformulasikan dengan acitivated charcoal yang membersihkan 5x mendalam hingga pori-pori buat kulit glowing, mulus dann siap lawan bruntusan.

Tuturan : BI 1 : Bruntusan ga hilang-hilang?

B I 2 : Pakai Ponds pure bright dengan activacted charcoal, 5 kali bersih mendalam ke pori-pori, angkat debu dan kotoran? Kulit glowing dan mulus.

Tuturan data (12) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (12) memberitahu. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “activacted charcoal, 5 kali bersih mendalam ke pori-pori, angkat debu dan kotoran”

11. Data (14)

Iklan produk Deodoran di postingan @nivea_id diunggah pada tanggal 11 Juni 2022

Konteks : perempuan yang sedang beraktivitas di bawah sinar matahari tanpa takut bau badan, karena dia menggunakan produk deodorant yang bikin ketiaknya wangi dan kering.

Tuturan : Kulit ketiak gelap? Kamu butuh micro vitamin c yang menutrisi hingga ke dalam, baru dari nivea

Tuturan data (14) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (14) memberitahu. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “Kamu butuh micro vitamin c yang menutrisi hingga ke dalam”

12. Data (16)

Iklan produk Lip matte dalam postingan instagram @wardahbeauty yang diunggah pada tanggal 27 Januari 2022.

Konteks : dua orang perempuan yang sedang bergaya di depan kamera ready colors, dengan look make up naturak karena menggunakan produk terbaru dari lip matte shot.

Tuturan : BI 1 : Memperkenalkan wardah everyday matte lip shot formula ringan quickset, ada 5 pilihan warna intens, selalu siap jadi beauty conten kreator, camera ready colors woww so hype smart.

Tuturan data (16) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (16) memuji. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “camera ready colors woww so hype smart”

13. Data (18)

Iklan produk Elsheskin dalam postingan instagraam @elsheskin yang diunggah pada tanggal 6 April 2022

Konteks :Empat perempuan yang sedang galau karena menjelang lebaran, permasalahan kulit datang dan suka bikin insecure

Tuturan : Mau bukber malah jerawat, mau ramadhan tapi skin beries nya rusak, mau lebaran malah kulit kusan, mau silaturahmi malah mata panda. Siap hadapi semua rencana karna kamu sudah glowing dari sekarang bersama elsheskin.

Tuturan data (18) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (18) adalah mengejek, hal ini dibuktikan dengan kalimat “Mau bukber malah jerawat”

14. Data (19)

Iklan produk Marina Eaud De Toilette dalam postingan instagram @sahabatmarina yang diunggah pada tanggal 18 Desember 2020

Konteks : Marina Eaud De Toilette hadir dengan wangi mewah

Tuturan : Marina Eaud de Toilette dengan kemasan dan wangi baru melindungi dengan anti bacterial menyegarkan lebih berbunga-bunga dan tahan lama, dengan marina beri semangat jalani perubahan.

Tuturan data (19) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (1) adalah memuji, hal ini dibuktikan dengan kalimat “menyegarkan lebih berbunga-bunga dan tahan lama”.

15. Data (20)

Iklan Produk Healthy Booster Serum Marina dalam instagram @sahabatmarina yang diunggah paada tanggal 28 Mei 2022.

Konteks : Spesial buat kamu yang limited edition, wajib cobain marina healthy booster body serum

Tuturan : Baru handbody serum dari marina healthy booster body serum limited edition, serum kaya nutrisi mudah meresap dengan delapan health skin booster, kakadu plum mencerahkan dengan 900 kali vitamin C dan maqui berry menutrisi menutrisi 600% anti oksida dilengkapi vitamin C dan D3, Zinc dan 3x antiooxidant teruji klinis dan UV protection. Marina healthy boster body serum perlindungan untuk kulit ekstrak glowing. Limited edition dapatkan sekarang.

Tuturan data (20) adalah tindak tutur Ilokusi, daya ilokusi dibedakan menjadi daya ilokusi langsung dan ilokusi tidak langsung. Daya ilokusi langsung adalah pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada mitra tutur tetapi melalui dialog yang digunakan ditinjau dari jenisnya daya lokusi memiliki jenis yang beragam, yaitu memerintah, memberitahu, mengejek, mengeluh, memuji, dan lainnya. Maksud tuturan data (20) adalah memberitahu, hal ini dibuktikan dengan kalimat “dengan 900 kali vitamin C dan maqui berry menutrisi menutrisi 600% anti oksida dilengkapi vitamin C dan D3, Zinc dan 3x antiooxidant teruji klinis dan UV protection”

Tindak tutur perlokusi dalam wacana iklan produk kecantikan di instagram

16. Data (2)

Iklan produk serum implora pada postingan @imploracosmetics yang diunggah pada tanggal 10 Juli 2022

Konteks :implora gold 24k gold serum, luminous brightning serum

Tuturan : dia nih 24k gold serum dan luminous dari implora, harganya juga murah banget Cuma 35.000 aja, nah untuk luminous ini memiliki kandungan niacimide 10% yang bagus banget untuk mencerahkan kulit, melembabkan, menyamarkan noda hitam dan pori-pori, memudahkan bekas jerawat dan masih banyak fungsi lainnya. Teksturnya agak kental tapi gampang meresap. Kalo ini untuk kulit kalian yang sensitif 24k gold serum yang mengandung niacimide lebih rendah yaitu 5% manfaatnya hampir sama tapi untuk teksturnya lebih cair daripada yang luminoun. Penasaran gak sih sama hasilnya dikulit kalian. Yuk cobain...

Tuturan data (2) menyatakan tindak tutur perlokusi bahwa sesuatu sering menimbulkan pengaruh pasti. Lebih jelasnya untuk membuat orang beraksi. Maksud tuturan data (2) adalah untuk membujuknya, hal ini dibuktikan pada kalimat “Penasaran gak sih sama hasilnya dikulit kalian. Yuk cobain”

17. Data (8)

Iklan produk Facial Wash Garnier dalam postingan instagram @garnierindonesia yang diunggah pada tanggal 5 Juni 2022

Konteks : Dua bintang iklan laki-laki yang sedang beraktivitas di bengkel dan memberikan rekomendasi sabun cuci muka untuk melawan kuman penyebab jerawat.

Tuturan : BI 1 : Cowo pasti tau yang alat yang pas, habis aktivitas muka jadi kotor dan berjerawat. Ntar jerawatan loh

BI 2 : Mana sabun?

BI 1 : Bro buat muka pilih yang pas juga

VO : Garnier acneFight dengan salicil acid, dan lawan 99% kuman penyebab jerawat dalam 10 detik.

BI 1 : ini cara gue lawan jerawat, buktiin sendiri

VO : Garnier acnoFight, dari Garnier man.

Tuturan data (8) menyatakan tindak tutur perlokusi bahwa sesuatu sering menimbulkan pengaruh pasti. Lebih jelasnya untuk membuat orang beraksi. Maksud tuturan data (8) adalah untuk membujuknya, hal ini dibuktikan pada kalimat “ini cara gue lawan jerawat, buktiin sendiri”.

18. Data (9)

Iklan produk hanasui dalam postingan @officialhanasui yang diunggah pada tanggal 23 Juli 2022.

Konteks : dari kemandirian dan kerja kerasmu dalam membangun karir dengan caramu sendiri dari ketekunan dan usahamu merajut prestasi demi cerahnya masa depanmu walau terkadang kamu sampai tak punya waktu untuk merawat dirimu sendiri

Tuturan : Perempuan indonesia berbanggalah karna kamu itu cantik dari kelembutanmu yang terlukis disetiap keringat saat menjaga dan merawat keluargamu, dari kemandirian dan kerja kerasmu dalam membangun karir dengan caramu sendiri dari ketekunan dan usahamu merajut prestasi demi cerahnya masa depanmu walau terkadang kamu sampai tak punya waktu untuk merawat dirimu sendiri, itu tetap tidak menyingkirkan kecantikan sejati yang kamu punya. Ga papa ko its okay, tetap fokus pancarkan cantik dari kulit wajahmu. Biar sahabat kulit cantikmu yang handle bestie..

Tuturan data (9) menyatakan tindak tutur perlokusi bahwa sesuatu sering menimbulkan pengaruh pasti. Lebih jelasnya untuk membuat orang beraksi. Maksud tuturan data (9) adalah untuk membujuknya, hal ini dibuktikan pada kalimat “dari ketekunan dan usahamu merajut prestasi demi cerahnya masa depanmu walau terkadang kamu sampai tak punya waktu untuk merawat dirimu sendiri, itu tetap tidak menyingkirkan kecantikan sejati yang kamu punya”.

19. Data (11)

Produk iklan biore dalam postingan @id.biore yang diunggah pada 23 Juni 2022.

Konteks : percaya diri waktunya love your skin dengan perhatian, sentuhan, keharuman dan lembutnya cinta.

Tuturan : Hai kamu saatnya cintai lebih kulitmu bagian tubuh paling spesial yang beri rasa percaya diri waktunya love your skin dengan perhatian, sentuhan, keharuman dan lembutnya cinta. Manjakan kulitmu dengan Moisture care biore setiap mandi. And say helloww to glowing moist skin, boire love your skin.

Tuturan data (11) menyatakan tindak tutur perlokusi bahwa sesuatu sering menimbulkan pengaruh pasti. Lebih jelasnya untuk membuat orang beraksi. Maksud tuturan data (11) adalah untuk membujuknya, hal ini dibuktikan pada kalimat “Manjakan kulitmu dengan Moisture care biore setiap mandi”

20. Data (13)

Iklan produk handsanitizer pada postingan @sahabatmarina yang diunggah pada tanggal 31 Juli 2022

Konteks : happy weekend dear, apa nih rencana kamu sabtu minggu #dirumahnya, selalu sedia handsanitizer kemanapun kamu pergi

Tuturan : BI 1 : Aku selalu pakai marina natural anti bacterial handsanitizer yang mengandung 73% natural alkohol dan eucalyptus untuk membersihkan tanganku dari bakteri dan juga virus, aku gak khawatir tangan jadi kering dan iritasi walupun sering pakai.

Tuturan data (11) menyatakan tindak tutur perlokusi bahwa sesuatu sering menimbulkan pengaruh pasti. Lebih jelasnya untuk membuat orang beraksi. Maksud tuturan data (11) adalah untuk membujuknya, hal ini dibuktikan pada kalimat “Aku selalu pakai marina natural anti bacterial handsanitizer yang mengandung 73%”

KESIMPULAN

Penelitian ini telah membahas pokok masalah mengenai bentuk tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi dalam wacana iklan produk kecantikan di instagram. 20 bentuk tindak tutur dalam wacana iklan produk kecantikan di instagram terdiri dari 5 bentuk tindak tutur lokusi, 10 ilokusi, dan 5 tindak tutur perlokusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhika, Angga. (2012). “*Representasi Kecantikan Ideal Pada Perempuan Dalam Iklan Giv White Mutiara*”. Skripsi. Jatinangore : Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pandjajaran.
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identifikasi, dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana
- Amalia, A. D. dkk. (2019). Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Akun Instagram @DAGELAN. *Proceeding of The URECOL*, 3,133-140.
- Andini, H. M. (2017). Jenis-Jenis Tindak Tutur Dan Makna Pragmatik Bahasa Guru Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Sma Negeri 1 Karangreja Kabupaten Purbalingga Tahun Ajaran 2016/2017. *Jurnal*, i-175.
- Andriarsih, L. (2016). Jenis Tindak Tutur Ilokusi, Fungsi dan Implikaturna Dalam Wacana Iklan Warung Makan di Regal. Hakim.
- Anjani, Y. (2016). *Tindak Tutur dalam Wacana Iklan Berbahasa Indonesia di Televisi Sebuah Kajian Pragmatik*.

- Arifiany, N, Ratna, M., & Trahutami, S. (2016). Pemaknaan Tindak Tutur Direktif dalam Komik “Yowamushi Pedal Chapter 87-93”. *Japanese Literature*.
- Bungin, B. (2012). *Metodelogi Penelitian Sosial Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana
- Chaer, Abdul. (2012). *Linguistik Umum*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Kusuma, S.A. (2014). Analisis Penggunaan *Twitter* Sebagai Media Komunikasi Selebritis Di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*.
- Didik Mulyanto (2012) “ Analisis Tindak Tutur ilokusi dalam Iklan Radio di Jember” *Jurnal Bahastra*.
- Luz Yolanda Toro Suarez. (2015). Memaksimalkan penggunaan media sosial dalam lembaga pemerintahan. Marwuni, W. T., Purwo, A., Utomo, Y., Studi, P., Indonesia, S., Bahasa, J., & Bahasa, F. (2020). @ Sudjiwotedjo Pada Bulan Februari 2020 Analysis of the Illocutionary Speech Acts Contained in the Twitter Account @ Sudjiwotedjo Tweet in February 2020. 23–33.
- Mirabela, L.(2013). Analisis Tindak Tutur Pada Iklan Kartu Perdana Di Televisi.
- Novianti, H. (2017). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Iklan Pedagangan Di Radio Harau Fm Payakumbuh Periode Februari April 2016. *Jurnal Bahastra*, 37(2), 129.
- Prasetya, R.A. (2017). *Tindak Tutur pada Iklan Produk Makanan Cepat Saji di Televisi dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama. 2-4*.
- Pringawidagda, Suwarna.(2012). *Startegi Penguasaan Berbahasa*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Rani, Abdul dkk. 2017. Analisis Wacana Sebuah Kaji Bahasa dalam Pemakaian. Malang: Bayumedia
- Rusmania, N. (2015). Analisis Tindak tutur Ilokusi dalam Wacana Pembaca Menulis Pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi September 2014, *151*(2014), 10-17.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, R & D*. Bandung: CV
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV
- Suhartono. (2020). *Pragmatik Konteks Indonesia*. Surabaya: Graniti
- Surijah, dkk, E. A. (2017). Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali. *Instuisi Jurnal Psikologi Ilmiah*, 9(1), 26-38.A
- Syahri, N., Emidar, E. (2020). Analisis Tindak Tutur Lokusi dan Lokusi dalam Program Ini Talk Show Net Tv sebagai Kajian Pragmatik. *Skripsi Pendidikan Bahasa Indonesia*, 9(2), 55.
- Tarnoto, Lutfi. 2015. Tindak Tutur Direktif pada Iklan Kosmetik Televisi Berbahasa Jepang. Skripsi: Program Studi Sastra Indonesia Universitas jember.
- Yulianingsih, Evi. 2019. Tindak Komunikatif pada Iklan “Partai gerindra”. Skripsi: Program Studi Sastra Indonesia Universitas jember.
- Yulidasari. 2012. Tindak Tutur Ilokusi dan Perlokusi dalam Wacana Iklan Produk PT. Unilever Indonesia di Televisi. Skripsi: Program Studi Sastra Indonesia Universitas jember.