



**ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM IKLAN  
PRODUK MINUMAN DI TELEVISI**

**SKRIPSI**

Oleh

**Siska Dwi Esti  
NIM 100110201069**

**JURUSAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS SASTRA  
UNIVERSITAS JEMBER  
2014**



**ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM IKLAN  
PRODUK MINUMAN DI TELEVISI**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sastra Indonesia (S1) dan mencapai gelar Sarjana Sastra

Oleh

**Siska Dwi Esti  
NIM 100110201069**

**JURUSAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS SASTRA  
UNIVERSITAS JEMBER  
2014**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. kedua orang tua saya, Bapak Amir Suyitno dan Ibu Supiyah tercinta;
2. guru-guru saya sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
3. almamater Fakultas Sastra Universitas Jember.

## MOTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, sehingga kaum itu mau mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”  
(terjemahan Surat Ar-Ra’du ayat 11).\*)

“Orang yang berhasil akan mengambil manfaat dari kesalahan-kesalahan yang ia lakukan dan akan kembali dengan sesuatu cara yang berbeda.” (Penulis)

---

\*) Departemen Agama Republik Indonesia. 2000. *Al Qur'an dan terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Siska Dwi Esti

NIM : 10010201069

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Tindak Tutur dalam Produk Iklan Minuman di Televisi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia menerima sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember,  
Yang menyatakan,

Siska Dwi Esti  
NIM 10011021069

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM IKLAN PRODUK MINUMAN DI TELEVISI**

Oleh

Siska Dwi Esti  
NIM 100110201069

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Prof. Dr. Akhmad Sofyan, M. Hum.

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Andang Subaharianto, M. Hum.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Tindak Tutur dalam Iklan Produk Minuman di Televisi”  
telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Rabu, 17 September 2014

tempat : Ruang sidang Fakultas Sastra Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Prof. Dr. Akhmad Sofyan, M. Hum.  
NIP 196805161992011001

Drs. Andang Subahianto, M. Hum.  
NIP196504171990021001

Penguji I,

Penguji II,

Prof. Dr. Bambang Wibisono, M. Pd.  
NIP 1960049091985031003

Dr. Agus Sariono, M. Hum.  
NIP 196108131986011001

Mengesahkan,  
Dekan

Dr. Hairus Salikin, M. Ed.  
NIP 19631015198921001

## RINGKASAN

**Analisis Tindak Tutur dalam Iklan Produk Minuman di Televisi;** Siska Dwi Esti, 100110201069; 2014: 60 halaman; Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Jember.

Iklan merupakan suatu kegiatan promosi tentang hasil produk yang berupa jasa, ide, atau gagasan kepada suatu kelompok masyarakat. Media iklan yang paling efektif yaitu televisi. Banyak perusahaan atau pengiklan menggunakan media televisi untuk mempromosikan hasil produknya. Iklan televisi lebih dominan menggunakan gambar sebagai sarana penyampaian pesan kepada konsumen dan bertujuan untuk menarik perhatian, menghibur dan membujuk atau mempengaruhi pikiran agar penonton tertarik dengan produk yang diiklankan.

Penggunaan bahasa dalam iklan dapat dikaji dengan pendekatan pragmatik terutama dari segi tindak tutur. Tindak tutur sebagai wujud peristiwa komunikasi mempunyai fungsi, mengandung maksud, dan tujuan tertentu. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah jenis tindak tutur ilokusi, fungsi tindak tutur perlokusi dan tanggapan pemirsa terhadap iklan produk minuman di televisi.

Pelaksanaan penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap, yaitu (1) tahap penyediaan data, (2) tahap analisis data, dan (3) tahap penyajian analisis data. Metode penyediaan data yang digunakan adalah metode simak yang menggunakan metode simak bebas libat cakap (SBLC) pengumpulan data dari informan, kemudian untuk informan menggunakan metode cakap dan teknik catat. Dalam menganalisis data, peneliti memilah antara tindak tutur ilokusi dan tindak tutur perlokusi dilihat dari konteksnya. Selain itu, untuk mendeskripsikan hasil penelitian, peneliti menggunakan analisis pendekatan metode deskriptif. Metode penyajian hasil analisis data menggunakan metode penyajian informal.

Tindak ilokusi adalah tindak tutur yang digunakan untuk menginformasikan sesuatu dan juga melakukan sesuatu sejauh tuturannya dipertimbangkan secara sempurna. Tindak ilokusi berisi tentang menyatakan, mengusulkan, meminta, memerintahkan, menawarkan, mengucapkan selamat, dan



memuji. Sedangkan tindak tutur perlokusi merupakan tindak tutur yang memiliki maksud untuk mempengaruhi mitra tuturnya, maka sudah selayaknya apabila tindak tutur perlokusi memiliki maksud tuturan yang biasa disebut fungsi. Tindak tutur perlokusi dapat diidentifikasi berdasarkan maksud atau fungsi tuturannya karena dengan adanya fungsi di dalam tuturan maka tuturan tersebut akan menimbulkan pengaruh pada mitra tuturannya. Fungsi tindak perlokusi berisi tentang menyatakan, menunjukkan, menyebutkan, mengajak, menyarankan, mengucapkan selamat, dan memuji.

Dari analisis data yang sudah dilakukan ada jenis tindak tutur yang sering digunakan yaitu jenis tindak tutur direktif “meminta” yaitu ada 11 data iklan yaitu iklan *Floridina*, *Good Day*, *Q Guava*, *Mizone Fresin*, *Fretea* versi truk gandeng, *My Tea*, *Minute Maid Pulpy Orange*, *Teh Pucuk Harum*, *Love Juice*, *Hydro Coco* dan *Ichi Ocha*, tidak ada jenis tindak tutur perlokusi yang sering digunakan.

Hasil yang diperoleh dari wawancara antara peneliti dengan para informan adalah para informan tertarik pada beberapa iklan yang memiliki nilai moral. Misalnya, terhadap iklan Teh Pucuk Harum, informan sangat tertarik dengan iklan tersebut. Informan lebih memilih Teh Pucuk Harum karena adanya pengaruh nilai moral yaitu suatu kerjasama memang dibutuhkan saat berkomunikasi, di dalam tayangan iklan menunjukkan adanya suatu proses kerjasama untuk mencapai suatu harapan yang baik.

Dari temuan tersebut disarankan kepada pengiklan atau perusahaan agar lebih menginovasikan hasil produk yang unik, dapat menghibur, dan bermanfaat sehingga mendapat apresiasi yang baik dari masyarakat luas yang menginginkan produk tersebut. Bagi konsumen tertarik untuk membeli dan mengkonsumsinya, serta menikmati produk yang diinginkan.

## PRAKATA

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Allah Swt. atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Tindak Tutur dalam Iklan Produk Minuman di Televisi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Hairus Salikin, M. Ed., selaku Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember;
2. Dra. Sri Ningsih, M.S, selaku Ketua Jurusan Sastra Indonesia;
3. Prof. Dr. Akhmad Sofyan, M. Hum., selaku Dosen Pembimbing I, Drs. Andang Subaharianto, M. Hum., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan;
4. Prof. Dr. Bambang Wibisono, M. Pd., selaku Dosen Penguji I, dan Dr. Agus Sariono, M. Hum., selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menguji skripsi ini;
5. Drs. Heru Setya Puji Saputra, M. Hum., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberi banyak motivasi dan dorongan selama menjadi mahasiswa;
6. staf Pengajar Jurusan Sastra Indonesia, atas ketulusan mengajarkan ilmunya kepada penulis sehingga bermanfaat dalam menyusun skripsi ini;
7. staf Akademik dan Kemahasiswaan, serta karyawan Perpustakaan Fakultas Sastra;
8. kakak saya, Ikka Winda Sari dan adik saya, Puspita Amirizki tercinta;
9. keluarga besar tercinta di Nganjuk;
10. kakak Dani Setiawan dan kakak Siti Yulaikah di Jember, terima kasih untuk doa dan dukungan yang telah kakak berikan kepada saya selama ini.

11. teman-teman kos Jalan Halmahera 4A no. 3 yang selalu memberikan dukungan, semangat, kasih sayang yang begitu besar, dan membuat selalu tersenyum saat suka maupun duka;
12. teman-teman seperjuangan Sastra Indonesia Angkatan 2010, yang selalu kompak dan memberikan semangat;
13. semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis akan menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, November 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN COVER</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	4
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b>	
<b>2.1 Tinjauan Pustaka</b> .....	6
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	7
2.2.1 Bahasa dan Fungsi Bahasa .....	8
2.2.2 Pragmatik .....	8
2.2.3 Tindak Tutur .....	9
2.2.3.1 Tindak Tutur Ilokusi .....	9
2.2.3.2 Fungsi Perlokusi .....	13
2.2.4 Wacana .....	14
2.2.5 Konteks .....	15
2.2.6 Iklan .....	15
2.2.7 Tindak Tutur, Wacana, dan Iklan .....	16

<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Populasi, Sampel, dan Informan .....	18
3.3.1 Populasi .....	18
3.3.2 Sampel .....	19
3.3.3 Informan .....	19
3.2 Data dan Sumber Data .....	19
3.3 Penyediaan Data .....	20
3.4 Analisis Data .....	22
3.5 Pemaparan Hasil .....	24
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1 Jenis Tindak Tutur Ilokusi</b> .....	25
4.1.1 Tindak Asertif .....	25
4.1.2 Tindak Direktif .....	33
4.1.3 Tindak Komisif .....	40
4.1.4 Tindak Ekspresif .....	41
4.1.5 Tindak Deklaratif .....	43
<b>4.2 Fungsi Tindak Tutur Perlokusi</b> .....	44
4.2.1 Fungsi Representatif .....	44
4.2.2 Fungsi Direktif .....	49
4.2.3 Fungsi Ekspresif .....	51
<b>4.3 Tanggapan Pemirsa</b> .....	53
<b>BAB 5. PENUTUP</b>	
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	56
<b>5.2 Saran</b> .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	58
<b>LAMPIRAN</b> .....	60