



**TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS *SELEBGRAM*  
DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN  
DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

Oleh  
**Meriza S. Febriyanti**  
**NIM 150210402039**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**



**TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS *SELEBGRAM*  
DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN  
DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

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

Oleh  
**Meriza S. Febriyanti**  
**NIM 150210402039**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan hasil jerih payah selama kurang lebih 4 tahun kuliah. Skripsi ini dapat selesai atas kuasa Allah SWT dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan bangga skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1) kedua orang tua saya, Ayahanda Basi'in dan Ibunda Siti Romlah tercinta yang telah menjadi orang tua terbaik, menyayangi dengan sepenuh hati, penuh kesabaran, rela segenap jiwa dan raga dalam memberikan kasih sayang serta memberikan dukungan dalam bentuk doa yang tiada henti selama menuntut ilmu untuk meraih cita-cita;
- 2) seluruh guru saya sejak taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi kehidupan saya, serta almamater tercinta, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

**MOTO**

Ancaman terbesar bagi keberhasilan hidup kita  
bukan berasal dari menggantungkan cita-cita setinggi langit  
hingga tak mampu mencapainya secara penuh; namun berasal dari  
pematokan cita-cita terlalu datar hingga mudah mencapainya. –Pablo Picasso<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> <https://www.pinterest.com/pin/478437160404392719>

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meriza S. Febriyanti

NIM : 150210402039

Program Studi : S1 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Tindak Tutur Direktif Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Juni 2019  
Yang menyatakan,

**Meriza S. Febriyanti**  
NIM 150210402039

**PENGAJUAN**

**TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS *SELEBGRAM*  
DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN  
DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk dipertahankan di depan tim penguji guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Nama	: Meriza S. Febriyanti
NIM	: 150210402039
Angkatan tahun	: 2015
Daerah asal	: Probolinggo
Tempat, tanggal lahir	: Probolinggo, 27 Februari 1997
Jurusan	: Pendidikan Bahasa dan Seni
Program Studi	: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

**Dr. Arief Rijadi, M.Si., M.Pd.**  
NIP. 19670116 199403 1 002

**Anita Widjajanti, S.S., M.Hum.**  
NIP. 19710402 200501 2 002

**PEMBIMBINGAN**

**SKRIPSI**

**TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS *SELEBGRAM*  
DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN  
DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

Oleh  
**Meriza S. Febriyanti**  
**NIM 150210402039**

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Dr. Arief Rijadi, M.Si., M.Pd.  
Dosen Pembimbing II : Anita Widjajanti, S.S., M.Hum.

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul **Tindak Tutur Direktif Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*** telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Kamis, 13 Juni 2019

tempat : 35 D 202 (R. Ujian) Gedung 3 FKIP Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

**Dr. Arief Rijadi, M.S.i., M.Pd.**  
NIP. 19670116 199403 1 002

**Anita Widjajanti, S.S., M.Hum.**  
NIP. 19710402 200501 2 002

Anggota I,

Anggota II,

**Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd.**  
NIP. 19570713198303 1 004

**Dr. Muji, M.Pd.**  
NIP. 19590716 198702 1 002

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

**Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D.**  
NIP.19680802 199303 1 004



## RINGKASAN

**Tindak Tuter Direktif Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram***; Meriza S. Febriyanti; 140210402039; 2019; 152 halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia; Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat dilepaskan dari tindak tutur dalam berbagai situasi. Setiap proses komunikasi yang terjadi dinamakan peristiwa tutur dan tindak tutur dalam satu situasi tutur. Sebagai alat komunikasi, bahasa digunakan oleh penuturnya di berbagai situasi untuk mencapai tujuan tertentu. Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi juga terdapat dalam iklan produk kecantikan yang ada di media sosial *Instagram* dengan *selebgram* sebagai penuturnya. Iklan produk kecantikan merupakan bentuk tindak tutur yang dilakukan oleh penutur kepada mitra tutur dengan tujuan untuk memberikan penjelasan, informasi, dan saran mengenai produk kecantikan yang ditawarkan dan sifatnya memersuasi calon konsumen. *Selebgram* adalah istilah untuk para pengguna akun *Instagram* yang terkenal di situs jejaring sosial *Instagram*. Istilah itu merujuk pada kata *selebritis* dan *Instagram* dimana perpaduan kata itu berarti orang yang terkenal layaknya selebritis di *Instagram*. Penelitian ini mendeskripsikan (1) wujud tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*; (2) strategi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*; dan (3) perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian pragmatik dengan jenis penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini berupa segmen tutur dalam bentuk tertulis dapat berwujud kata, frasa, dan kalimat beserta konteksnya dalam percakapan antar partisipan tutur dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* yang diindikasikan sebagai tindak tutur advisoris. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik analisis data yang

dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan beragam wujud, strategi, dan perlokusi tindak tutur advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Sesuai rumusan masalah pertama mengenai wujud tindak tutur advisoris ditemukan keberagaman tindak tutur advisoris dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* meliputi: (1) tindak tutur direktif advisoris menyarankan, (2) tindak tutur direktif advisoris memperingatkan, dan (3) tindak tutur direktif advisoris mendorong. Berkaitan dengan rumusan masalah kedua mengenai strategi tindak tutur advisoris yang digunakan *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* meliputi: (1) strategi tindak tutur langsung harfiah, (2) strategi tindak tutur tak langsung harfiah, dan (3) strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah. Selanjutnya rumusan masalah ketiga mengenai perlokusi tindak tutur advisoris dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* yang timbul dari sisi mitra tutur meliputi: (1) perlokusi positif ucapan terimakasih, (2) perlokusi positif ungkapan persetujuan, (3) perlokusi positif ungkapan pertanyaan, (4) perlokusi positif ungkapan meminta, (5) perlokusi positif ungkapan deklaratif, dan (6) perlokusi negatif merasa jengkel.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diajukan saran: (1) bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia hasil penelitian ini dapat disarankan sebagai bahan diskusi pada mata kuliah Pragmatik dengan materi tindak tutur, (2) bagi guru Bahasa Indonesia, hasil penelitian ini dapat disarankan sebagai bahan referensi pengayaan materi pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pada materi penulisan teks iklan SMP/MTs kelas VIII semester 1 Kompetensi Dasar 4.4 Menyajikan gagasan pesan dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis, (3) bagi peneliti selanjutnya yang sebidang ilmu, penelitian ini hanya mengkaji dari segi wujud, strategi, dan perlokusi tindak tutur advisoris. Oleh karena itu, penelitian ini disarankan dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lain yang sejenis dengan bahasan yang lebih luas dan mendalam pada aspek-aspek penelitian tindak tutur dalam beberapa objek penelitian.

## PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Tindak Tutur Direktif Advisoris Selebgram dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial Instagram**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

- 1) Drs. Moh. Hasan, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Jember;
- 2) Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
- 3) Dr. Arju Muti'ah, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni;
- 4) Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia;
- 5) Dra. Endang Sriwidayati, M.Pd., selaku dosen pembimbing akademik (DPA) yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama mengikuti kegiatan akademik di Universitas Jember;
- 6) Dr. Arief Rijadi, M.Si., M.Pd., selaku dosen pembimbing I yang telah membantu dan memberikan ilmu serta pengalaman yang sangat berharga selama penyusunan skripsi;
- 7) Anita Widjajanti, S.S., M.Hum., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan perhatian kepada penulis selama penyusunan skripsi;
- 8) Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd., selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan, wawasan, dan masukan berkaitan dengan penulisan skripsi;
- 9) Dr. Muji, M.Pd., selaku dosen penguji II yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan masukan berkaitan dengan masalah skripsi yang penulis tulis;
- 10) seluruh dosen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang telah memberikan motivasi dan ilmu selama perkuliahan;
- 11) penyemangatku Alifqy Dimas Gilang Ramadhan, yang selalu setia mendampingi, mendukung, dan memberikan doa dan semangat tanpa henti;
- 12) sahabat-sahabatku (Umar Adi Susanto, Noer Indah Permani Dewi, Merim Sirnovita, Qori Mauliddian, Syfa Elidya Fauzi, Widya Oryzani, Mery

Fatmala, Muhammad Mandalla Faradis, Lasa Faridah Putri, dan Frida Ayu Atikasari) yang selalu memberikan kekuatan, kebersamaan, keceriaan, serta hiburan selama proses mengerjakan skripsi;

- 13) teman-teman Kos Cempaka Putih (Mila Silviana, Dewi Hariatik, dan Hastarika) yang senantiasa memberikan keceriaan serta bantuan sederhana hingga yang besar sekalipun;
- 14) teman-teman KK-PLP SMP Negeri 7 Jember (Umar, Zainuddin, Elly, Lia, dan Dini) yang turut memberikan keceriaan dan hiburan selama 2 bulan kebersamaan;
- 15) teman-teman satu dosen pembimbing (Elly, Andre, Dian, Nuril, Atifa, Putri dan Tinta) yang turut memberikan dukungan dan semangat;
- 16) teman-teman Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2015 yang selama ini berjuang bersama dalam meraih cita-cita;
- 17) semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Penulis menerima segala saran dan kritik dari semua pihak demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menginspirasi dalam perkembangan dunia pendidikan di Indonesia serta dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 13 Juni 2019

Penulis,

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN.....	iii
MOTO .....	iv
PERNYATAAN.....	v
PENGAJUAN .....	vi
PEMBIMBINGAN.....	vii
PENGESAHAN .....	viii
RINGKASAN .....	ix
PRAKATA .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN.....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Definisi Operasional.....	10
<b>BAB 2. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian yang Relevan .....	12
2.2 Peristiwa Tutur .....	15
2.3 Konteks Tutur .....	16
2.4 Tindak Tutur .....	19
2.5 Tindak Tutur Direktif .....	21
2.6 Tindak Tutur Direktif Advisoris .....	24
2.7 Jenis-jenis Tindak Tutur Advisoris.....	25
2.8 Strategi Tindak Tutur .....	28
2.9 Perlokusi Tindak Tutur.....	31
2.10 Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial <i>Instagram</i> .....	32
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian.....	34
3.2 Data dan Sumber Data .....	35
3.2.1 Data.....	35
3.2.2 Sumber Data .....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4 Teknik Analisis Data.....	37
3.4.1 Reduksi Data.....	37
3.4.2 Penyajian Data .....	39

3.4.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data.....	39
<b>3.5 Instrumen Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>3.6 Prosedur Penelitian.....</b>	<b>41</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 Wujud Tindak Tutur Advisoris <i>Selebgram</i></b>	
<b>di Media Sosial <i>Instagram</i> .....</b>	<b>43</b>
4.1.1 Tindak Tutur Advisoris Menyarankan.....	43
4.1.2 Tindak Tutur Advisoris Memperingatkan .....	60
4.1.3 Tindak Tutur Advisoris Mendorong .....	65
<b>4.2 Strategi Tindak Tutur Advisoris <i>Selebgram</i></b>	
<b>di Media Sosial <i>Instagram</i> .....</b>	<b>79</b>
4.2.1 Strategi Tindak Tutur Langsung Harfiah.....	79
4.2.2 Strategi Tindak Tutur Tak Langsung Harfiah.....	92
4.2.3 Strategi Tindak Tutur Tak Langsung Tak Harfiah .....	94
<b>4.3 Perlokusi Tindak Tutur Advisoris <i>Selebgram</i></b>	
<b>di Media Sosial <i>Instagram</i> .....</b>	<b>97</b>
4.3.1 Perlokusi Positif Ucapan Terima Kasih.....	97
4.3.2 Perlokusi Positif Ungkapan Persetujuan.....	97
4.3.3 Perlokusi Positif Ungkapan Pertanyaan.....	103
4.3.4 Perlokusi Positif Ungkapan Meminta .....	106
4.3.5 Perlokusi Positif Ungkapan Deklaratif .....	109
4.3.6 Perlokusi Negatif Merasa Jengkel .....	110
<b>BAB 5. PENUTUP.....</b>	<b>113</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>113</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>114</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>117</b>

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. MATRIKS PENELITIAN .....	117
LAMPIRAN B. TABEL PENGUMPUL DATA TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS <i>SELEBGRAM</i> .....	118
LAMPIRAN C. TABEL ANALISIS DATA WUJUD TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS <i>SELEBGRAM</i> .....	121
LAMPIRAN D. TABEL ANALISIS DATA STRATEGI TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS <i>SELEBGRAM</i> .....	129
LAMPIRAN E. TABEL ANALISIS DATA PERLOKUSI TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS <i>SELEBGRAM</i> .....	138
LAMPIRAN F. TABEL TRANSKRIPSI DATA IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI MEDIA SOSIAL <i>INSTAGRAM</i> .....	144

**DAFTAR GAMBAR**

- Gambar 1. Bagan Wujud Tindak Tutur Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*.....79
- Gambar 2. Bagan Strategi Tindak Tutur Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*.....97
- Gambar 3. Bagan Perlokusi Tindak Tutur Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*.....112





**DAFTAR SINGKATAN**

TTDAdvMyr	:	Tindak Tutur Direktif Advisoris Menyarankan
TTDAdvMngt	:	Tindak Tutur Direktif Advisoris Memperingatkan
TTDAdvMdrgr	:	Tindak Tutur Direktif Advisoris Mendorong
STTLH	:	Strategi Tindak Tutur Langsung Harfiah
STTTLH	:	Strategi Tindak Tutur Tak Langsung Harfiah
STTTLTH	:	Strategi Tindak Tutur Tak Langsung Tak Harfiah
PPUTrmksh	:	Perlokusi Positif Ucapan Terimakasih
PPUPrstjn	:	Perlokusi Positif Ungkapan Persetujuan
PPUPrty	:	Perlokusi Positif Ungkapan Pertanyaan
PPUMta	:	Perlokusi Positif Ungkapan Meminta
PPUDek	:	Perlokusi Positif Ungkapan Deklaratif
PNMJkl	:	Perlokusi Negatif Merasa Jengkel

## BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bab ini dipaparkan hal-hal yang berkaitan dengan pendahuluan meliputi: (1) latar belakang, (2) rumusan masalah, (3) tujuan penelitian, (4) manfaat penelitian, dan (5) definisi operasional.

### 1.1 Latar Belakang

Kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat dilepaskan dari tindak tutur dalam berbagai situasi. Setiap proses komunikasi yang terjadi dinamakan peristiwa tutur dan tindak tutur dalam satu situasi tutur. Menurut Chaer dan Agustina (2010:47) peristiwa tutur adalah terjadinya atau berlangsungnya interaksi linguistik dalam satu bentuk ujaran yang melibatkan dua pihak, yaitu penutur dan lawan tutur, dengan satu pokok tuturan, di dalam waktu, tempat, dan situasi tertentu. Peristiwa tutur terjadi di dalam situasi tutur dan terdiri atas satu atau lebih tindak tutur (Andianto, 2013:47).

Sebagai alat komunikasi, bahasa digunakan oleh penuturnya di berbagai situasi untuk mencapai tujuan tertentu. Setiap kegiatan berkomunikasi antara penutur dengan mitra tutur diharapkan dapat berjalan sesuai dengan tujuan serta maksud komunikatifnya, agar dapat mudah dipahami oleh mitra tutur. Oleh sebab itu, sebuah tindak tutur penutur yang ditujukan kepada mitra tutur hendaknya dilakukan dengan baik sesuai dengan konteks, karena tindak tutur antara penutur dengan mitra tutur tidak dapat dilepaskan dari konteks. Konteks terdapat pada setiap penggunaan tuturan atau ujaran. Konteks berfungsi untuk menentukan maksud dari sebuah tindak tutur. Dengan konteks yang sesuai, maka maksud dalam sebuah tuturan akan mudah untuk dipahami. Hal tersebut dikarenakan, sebuah tuturan yang dituturkan oleh penutur akan mempunyai maksud dan tujuan berbeda jika dituturkan menggunakan konteks yang berbeda pula.

Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi juga terdapat dalam iklan produk kecantikan yang ada di media sosial *Instagram* dengan *selebgram* sebagai penuturnya. Iklan produk kecantikan merupakan bentuk tindak tutur yang dilakukan oleh penutur kepada mitra tutur dengan tujuan untuk memberikan

penjelasan, informasi, dan saran mengenai produk kecantikan yang ditawarkan dan sifatnya memersuasi calon konsumen. *Selebgram* adalah istilah untuk para pengguna akun *Instagram* yang terkenal di situs jejaring sosial *Instagram*. Istilah itu merujuk pada kata *selebritis* dan *Instagram* dimana perpaduan kata itu berarti orang yang terkenal layaknya selebritis di *Instagram*. *Selebgram* mempunyai *follower* dan *like* yang *real* dengan jumlah yang banyak (Atmoko, 2012). Salah satu hal yang paling mencolok untuk membedakan akun *selebgram* dengan akun biasa adalah unggahan iklan produk. Akun *selebgram* sering membuat unggahan yang menampilkan produk-produk sebagai bentuk iklan produk tersebut karena *selebgram* memiliki popularitas yang tinggi sehingga bisa mempengaruhi pengikutnya. Kecenderungan pengguna internet yang lebih tertarik pada bahasa visual membuat *Instagram* semakin digemari, karena *Instagram* lebih banyak menyuguhkan foto dan video, sehingga pesan yang disampaikan dalam bentuk visual maupun audio visual lebih mudah dan cepat mengena di masyarakat. Menurut Budiargo (2015:48) *Instagram* adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara *online* foto-foto, video, dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan untuk mengambil dan membagi ke teman mereka.

Tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan disebut tindak tutur (Yule, 2006:82). Tindak tutur digunakan penutur untuk menyampaikan maksud kepada mitra tutur. Kemampuan tindak tutur setiap penutur dalam menyampaikan maksud dan tujuan berbeda-beda. Wujud tindak tutur penutur dalam menyampaikan maksud dan tujuan harus disesuaikan dengan konteksnya, agar mitra tutur mampu dengan mudah mengerti maksud dan tujuan dari tuturan yang disampaikannya. Seperti halnya para *selebgram* dalam peristiwa tutur mengiklankan atau menawarkan sebuah produk kecantikan di media sosial *Instagram* yang dimungkinkan menggunakan wujud dan strategi tindak tutur yang berbeda-beda. Iklan produk kecantikan merupakan salah satu jenis iklan yang diunggah secara terus-menerus oleh para *selebgram* pada laman *Instagram* yang di dalamnya terdapat penutur dan mitra tutur. Adapun nama akun-akun *selebgram* yang seringkali didapati mengunggah iklan produk kecantikan diantaranya @awkarin, @anyageraldine, @safiracrespin, @sarahgibson21, @c.eendy, dan

@*izfauziah*. Iklan tersebut merupakan iklan yang banyak dilihat di media sosial *Instagram* sejak tahun 2017 dan masih terus berlangsung hingga sekarang. Hal tersebut menyebabkan sejumlah tuturan dalam iklan itu dapat diamati oleh seluruh masyarakat Indonesia dan konteksnya dapat terekam dengan jelas termasuk tindak tutur *selebgram*.

Iklan produk kecantikan dengan *selebgram* sebagai penuturnya merupakan iklan yang diteliti dalam penelitian ini, hal tersebut disebabkan *selebgram* dianggap memiliki daya tarik dan pengaruh terhadap pemasaran produk-produk kecantikan yang ditawarkan secara daring. Hanya dengan mengandalkan jumlah pengikut (*followers*) fantastis, konten menarik, dan konsep kreatif *selebgram* mampu membuat pengikut tertarik terhadap produk kecantikan yang ditawarkan. Hal ini berarti tuturan yang digunakan oleh *selebgram* mampu memersuasi atau meyakinkan mitra tutur maupun calon konsumen. Para pengiklan juga berminat untuk bekerja sama dengan para *selebgram* karena mereka dianggap sebagai figur pendukung dalam komunikasi pemasaran sebuah produk.

Pemilihan media sosial *Instagram* dalam penelitian ini disebabkan, media sosial *Instagram* merupakan aplikasi yang saat ini sedang populer di kalangan pengguna internet dan ponsel berbasis android. Dari sekian banyaknya media sosial yang tersedia, *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dan diminati. Menurut data yang dirilis oleh *Wearesocial.net* dan *Hootsuite*, tahun 2018 jumlah pengguna *Instagram* sudah mencapai 53 juta jiwa pada Januari 2018. Hal itu terus bertambah seperti yang dirangkum dari **KOMPAS.com** pengguna aktif bulanan alias *monthly active user* (MAU) *Instagram* tembus 1 miliar per Juni 2018. Pertumbuhannya paling signifikan dibandingkan *Facebook* dan *Snapchat*, yakni mencapai 5 persen dari kuartal ke kuartal (QoQ). Diketahui, pertumbuhan MAU *Facebook* tiap kuartal hanya 3,14 persen dengan angka terakhir 2,2 miliar. Sementara itu, MAU *Snapchat* saat ini 191 juta dengan pertumbuhan per kuartal 2,13 persen. Berdasarkan rangkuman berita tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemungkinan besar masyarakat melihat iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* lebih banyak dibandingkan media sosial lainnya.

Bach dan Harnish (dalam Andianto, 2013:31-32) mengategorikan tuturan direktif ke dalam enam kategori yaitu requesitif, quesitif, requiremen, permisif, prohibitif, dan advisoris. Penelitian ini difokuskan pada tindak tutur advisoris *selebgram*. Menurut Andianto (2013:293) tindak tutur advisoris merupakan kategori tindak direktif yang mengekspresikan saran, anjuran, dan sebagainya dari penutur agar mitra tuturnya menyadari dan atau mau melakukan sesuatu yang disarankan tersebut. Tuturan *selebgram* dalam mengiklankan atau menawarkan produk kecantikan mengandung tindak tutur advisoris yang beragam. Keanekaragaman tindak tutur tersebut dipengaruhi oleh konteks situasi dan psikologis penutur.

Peneliti tertarik terhadap tindak tutur direktif advisoris untuk mengkaji tindak tutur *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* yang bermaksud memberikan nasihat, saran, dorongan, dan peringatan kepada mitra tutur disebabkan oleh banyak ditemukannya penggunaan ragam gaya bahasa tidak resmi. Hal ini didasari oleh latar belakang *selebgram* yang cenderung berasal dari kota metropolitan, Jakarta dan mayoritas penutur bahasa Betawi. Latar belakang itulah yang mempengaruhi *selebgram* untuk menggunakan bahasa-bahasa non standar bersifat informal dalam menawarkan sebuah produk kecantikan. Pilihan kata yang diubah-ubah seperti aku menjadi *gue*, dan kamu menjadi *loe*, *lu*, *lo* banyak ditemukan dalam tuturan *selebgram*. Dipilihnya kata tersebut karena kata *loe* dan *gue* dirasa lebih ringan dan bersahabat bagi mitra tutur maupun calon konsumen.

Selain pengutaraan maksud nasihat, saran, dorongan dan peringatan yang disampaikan dengan gaya bahasa tidak resmi, bahasa yang digunakan *selebgram* juga dianggap dapat mengganggu bagi pendengar atau pengikutnya dan tidak selalu menguntungkan pihak lain walaupun sebenarnya maksud yang disampaikan adalah memberi nasihat, saran, dorongan dan peringatan agar mitra tutur berubah menjadi lebih baik apabila anjuran yang disampaikan penutur itu dilakukan. Selain itu, tindak tutur advisoris baik berupa nasihat, saran, dorongan, dan peringatan merupakan tindak tutur yang seringkali digunakan penutur untuk mengubah pola pikir mitra tutur yang awalnya tidak baik menjadi lebih baik dan

biasanya muncul pada iklan, sehingga tindak tutur advisoris bisa juga disebut anjuran yang pokoknya bersifat baik. Dalam memberikan nasihat, saran, dan dorongan *selebgram* juga menggunakan strategi tindak tutur untuk mengekspresikan maksud yang dikehendaki dari tuturannya tersebut kepada mitra tutur atau calon konsumen. Hal itu dikarenakan berbeda maksud tuturan yang ingin disampaikan penutur kepada mitra tutur, maka berbeda pula strategi yang digunakan.

Penggunaan strategi tindak tutur yang tepat akan mengurangi terjadinya kesalahpahaman antara penutur dan mitra tutur. Selain itu, tuturan *selebgram* ketika memberikan solusi dalam mengiklankan atau menawarkan produk kecantikan baik berupa nasihat, saran dan sebagainya juga dapat menimbulkan efek bagi mitra tutur atau calon konsumen yang biasa disebut dengan perlokusi. Menurut Andianto (2013:27) perlokusi mengacu kepada efek daya yang dihasilkan penutur dengan mengatakan atau menuturkan sesuatu tersebut terhadap mitra tuturnya. Efek atau akibat yang ditimbulkan dari tindak tutur advisoris *selebgram* kepada mitra tutur atau calon konsumen tidak semuanya sama. Perlokusi yang dihasilkan mitra tutur atau calon konsumen dapat berupa tindakan atau tuturan yang menunjukkan ketertarikan atas tuturan *selebgram* sebagai penutur ataupun memiliki maksud lain bergantung kepada efek yang dirasakan mitra tutur atau calon konsumen itu sendiri. Maka dari itu, efek atau perlokusi setelah mendapatkan tindak tutur advisoris dari *selebgram* perlu diteliti dalam penelitian ini. Hal itu dikarenakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan dari tuturan advisoris yang disampaikan *selebgram* kepada mitra tutur ataupun calon konsumen.

Berikut contoh tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* dapat terlihat sebagai berikut.

**Data 1**

**Segmen tutur** : Nah, jadi loe **mendingan** minum ini aja nih yang biasa gue minum (sambil menunjukkan produknya).

(TTDAdvMyr1)

**Koteks:**

- Awkarin : “Itu perut apa kualu panci?”
- Kimmy : “Iya Mak, Kimmy bingung gimana sih cara ngecilinnya? Kimmy pengen banget kurus.”
- Awkarin : “Secara kan ya loe enggak ada waktu buat olahraga ya cong, jadwal jadi banci kan padet ya cong? ~. *Fiber drink* dari @*miracle.blossom\_cnr* bisa menurunkan 3 sampai 10kg dalam waktu 10 hari lho dan ini aman banget karena udah ada BPOMnya.”
- Kimmy : “Bagi dong Mak, eike?”
- Awkarin : “Yee, enak aja! Loe beli tuh di @*miracle.blossom\_cnr fiber drinknya*, ini punya gue!”

**Konteks:**

Pada segmen tutur 1, tindak tutur menyampaikan saran dituturkan oleh Awkarin (sebagai penutur) seorang *selebgram* kepada Kimmy (mitra tutur) seusai melihat baju yang dipinjamnya robek karena perutnya yang membuncit. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu dan dalam situasi pergaulan sehingga penutur menyarankan produk kepada mitra tutur dengan nada agak lembut sambil menatapnya.

Pengategorian segmen tutur di atas sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan didasari oleh: (1) ditemukannya penggunaan penanda kata *mendingan* yang berarti *lebih baik* yang secara implisit menunjukkan maksud menyarankan, penggunaan kata *mendingan* memiliki makna akan menjadi lebih baik dari sebelumnya jika sesuatu yang disarankan itu dilakukan; (2) maksud menyarankan diperkuat oleh koteks tuturan selanjutnya yang menyatakan manfaat dari produk yang disarankan penutur, yaitu “*Bisa menurunkan 3 sampai 10kg dalam waktu 10 hari lho dan ini aman banget karena udah ada BPOMnya.*” Tuturan tersebut memberikan keyakinan kepada mitra tutur bahwa masalah yang dikeluhkan mitra tutur akan dengan mudah diselesaikan dengan menggunakan produk kecantikan berjenis minuman penurun berat badan berdasarkan manfaat-manfaat dan keunggulan produk yang dikatakan penutur, hal itu juga akan memberi kesadaran kepada mitra tutur bahwa badan yang gemuk atau perut yang buncit akan berbahaya bagi kesehatan karena akan meningkatkan resiko penyakit

kolesterol, sehingga mitra tutur cukup beralasan melakukan tindakan yang disarankan penutur; (3) ditinjau dari segi konteksnya, tuturan di atas memiliki makna ‘menyarankan’. Penanda makna pragmatis ‘menyarankan’ dalam tuturan tersebut terbentuk dari kenyataan bahwa konteks terjadinya tuturan yaitu seusai penutur melihat baju yang dipinjam mitra tutur robek karena perutnya yang membuncit. Melalui tuturannya itu penutur sebagai teman yang peduli serta seorang *selebgram (influencer)* yang berpengaruh di media sosial *Instagram* memiliki wewenang untuk menyarankan mitra tutur dalam upaya menyelesaikan masalah yang dialami mitra tutur. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu dan dalam situasi pergaulan.

Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada tuturan tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif *advisoris* menyarankan yang dilakukan oleh penutur agar mitra tutur mengonsumsi produk minuman *fiber drink* dari akun *@miracle.blossom\_cnr*. Tuturan tersebut bermaksud untuk memberikan suatu kebenaran pendapat atau saran kepada mitra tutur untuk memperbaiki diri (dari segi fisik) menjadi lebih baik atau menarik dengan cara mengonsumsi produk kecantikan berjenis minuman penurun berat badan *fiber drink* dari akun *@miracle.blossom\_cnr* yang ditandai dengan tuturan “*Nah, jadi loe mendingan minum ini aja nih yang biasa gue minum*” agar memiliki berat badan yang ideal. Hal ini juga didukung oleh pernyataan penutur dengan mengatakan bahwa produk ini juga dikonsumsi oleh penutur dan bisa menurunkan berat badan yang berlebih 3 sampai 10 kg dalam waktu 10 hari tanpa khawatir ada efek samping karena sudah terdaftar BPOM. Tuturan tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif *advisoris* menyarankan dan tidak bersifat mengikat mitra tutur. Maksud tidak mengikat adalah mitra tutur tidak dituntut atau dipaksa untuk melakukan saran dari penutur. Namun disisi lain mitra tutur sadar akan pentingnya produk kecantikan yang disarankan penutur tersebut agar memiliki badan yang ideal. Penutur hanya memberikan saran dan keputusan tetap sepenuhnya berada di tangan mitra tutur. Penutur juga tidak merasa dirugikan apabila sarannya tidak dilakukan oleh mitra tutur.



Segmen tutur di atas juga diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan segmen tutur tersebut dituturkan secara langsung oleh penutur sebagai tuturan yang menyatakan saran, pendapat atau usulan (tindak tutur direktif *advisoris* menyarankan) dan dikatakan harfiah sebab tuturan tersebut memiliki maksud sama seperti yang dituturkan atau tidak mengalami pergeseran maksud dari tuturannya. Penanda makna pragmatis ‘menyarankan’ dalam tuturan tersebut terbentuk dari konteksnya yaitu penutur menyampaikan tuturannya dengan nada agak lembut sambil menatap mitra tutur sehingga memberikan penguatan maksud menyarankan. Tuturan tersebut juga menggunakan kalimat imperatif yang ditandai dengan tuturan *Nah, jadi loe mendingan minum ini aja nih yang biasa gue minum* sehingga tuturan tersebut tidak hanya sekadar menyarankan, karena diucapkan kepada seorang teman yang membutuhkan sesuatu yang bisa dikonsumsi dan dapat membuat berat badan ideal, maka tuturan tersebut merupakan tuturan dengan strategi tindak tutur langsung harfiah dan maksud pengutaraannya adalah memerintah mitra tutur, sehingga terlihat penutur (Awkarin) memerintah mitra tutur (Kimmy) untuk mengonsumsi produk minuman *fiber drink* bukan produk lainnya. Dengan demikian, jelas menunjukkan bahwa cara yang ditempuh dalam menyampaikan saran dalam tindak tutur *advisoris selebgram* pada segmen tutur tersebut merupakan strategi yang menggunakan tindak tutur langsung harfiah.

Selain terindikasi wujud dan strategi tindak tutur direktif *advisoris*, segmen tutur di atas juga menimbulkan efek atau tanggapan langsung yang bersifat positif berupa ungkapan meminta dari sisi mitra tutur (Kimmy) akibat tindak tutur *advisoris* menyarankan yang disampaikan penutur (Awkarin). Perlokusi positif ungkapan meminta yang disampaikan mitra tutur ditandai dalam tuturan, *Bagi dong Mak, eike?* (Bagi dong Mak, saya?) Tuturan tersebut menunjukkan hasil *advisoris* menyarankan diterima oleh mitra tutur. Penutur telah berhasil membujuk mitra tutur untuk mengonsumsi produk minuman *fiber drink* yang disarankan penutur yaitu dengan cara meminta produk tersebut kepada penutur. Perlokusi positif ungkapan meminta yang dituturkan mitra tutur merupakan ungkapan kejiwaan dan ekspresi diri kepada penutur untuk meminta

diberikan produk tersebut. Tuturan tersebut diikuti dengan sedikit merengsek dan merayu.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti akan mengkaji wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul Tindak Tutur Direktif Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan di atas, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimanakah wujud tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*?
- 2) Bagaimanakah strategi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*?
- 3) Bagaimanakah perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan hal-hal mengenai sebagai berikut.

- 1) Mendeskripsikan wujud tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.
- 2) Mendeskripsikan strategi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.
- 3) Mendeskripsikan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain sebagai berikut.

- 1) Bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, berbagai wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris yang telah dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan sebagai bahan diskusi pada mata kuliah Pragmatik dengan materi tindak tutur.
- 2) Bagi guru Bahasa Indonesia, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi pengayaan materi pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pada materi penulisan teks iklan SMP/MTs kelas VIII semester 1 Kompetensi Dasar 4.4 Menyajikan gagasan pesan dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya yang sebidang ilmu, penelitian ini hanya mengkaji dari segi wujud, strategi, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan referensi dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dengan bahasan yang lebih luas dan mendalam pada aspek-aspek penelitian tindak tutur pada beberapa objek penelitian.

#### 1.5 Definisi Operasional

Berdasarkan judul penelitian Tindak Tutur Direktif Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*, maka dipaparkan definisi-definisi mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar lebih terarah. Istilah yang didefinisikan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Tindak tutur adalah tindakan yang disampaikan melalui tuturan dan digunakan penutur untuk menyampaikan maksud dan tujuannya kepada mitra tutur.
- 2) Tindak tutur advisoris adalah kategori tindak tutur direktif yang bertujuan untuk memberikan keyakinan kepada mitra tutur agar melakukan sesuatu sesuai dengan yang dituturkan penutur.

- 3) Strategi tindak tutur adalah upaya penutur mengaitkan tujuan penuturan dengan alat yang digunakan untuk mengekspresikan sehingga tuturan dapat dipahami mitra tutur.
- 4) Perlokusi tindak tutur adalah efek atau tanggapan langsung yang dihasilkan mitra tutur terhadap tuturan penutur.
- 5) *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto maupun video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke laman *Instagram*.
- 6) *Selebgram* adalah sebutan bagi seseorang yang terkenal melalui media sosial *Instagram* dan berasal dari berbagai latar belakang, seperti fotografer, pehobi *travelling*, dan pecinta kuliner, yang keberadaannya ditentukan berdasarkan pengikut (*followers*).
- 7) Iklan produk kecantikan adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan mengenai produk kecantikan dan sifatnya mempengaruhi khalayak umum.

## BAB 2. KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini dipaparkan mengenai kajian pustaka yang digunakan sebagai landasan teori pada penelitian meliputi: (1) penelitian yang relevan (2) peristiwa tutur, (3) konteks tutur, (4) tindak tutur, (5) tindak tutur direktif, (6) tindak tutur advisoris, (7) jenis-jenis tindak tutur advisoris, (8) strategi tindak tutur, (9) perlokusi tindak tutur, dan (10) iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

### 2.1 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian ini pernah dilakukan sebelumnya oleh Ita Ayu Mandasari Wibowo mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada tahun 2014 dengan judul “Tindak Advisoris Guru dalam Pembelajaran Bimbingan Konseling di SMP Negeri 1 Candipuro”. Penelitian tersebut mendeskripsikan jenis tindak advisoris, strategi tindak advisoris berdasarkan cara pengekspresian, dan motif yang melatarbelakangi tindak advisoris guru dalam proses pembelajaran bimbingan konseling di SMP Negeri 1 Candipuro. Rancangan dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian tersebut menggunakan teknik observasi (pengamatan), teknik simak catat, dan teknik rekam. Hasil dari penelitian tersebut berupa (1) berbagai jenis tindak advisoris yang meliputi: (a) tindak advisoris bersifat menasihatkan, tindak advisoris bersifat menyarankan, tindak advisoris bersifat mendorong, dan tindak advisoris bersifat mengingatkan. (2) strategi pengekspresian tindak advisoris meliputi: (a) strategi tindak tutur langsung literal dan (b) strategi tindak tutur tidak langsung literal. (3) motif yang melatarbelakangi tindak advisoris meliputi: (a) motif personal, dan (b) motif situasional. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Data penelitian ini dikumpulkan dengan metode observasi, melalui teknik simak catat dan teknik rekam.

Penelitian kedua pernah dilakukan sebelumnya oleh Ratna Rafita Sari mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Jember pada tahun 2016 dengan judul “Tindak Tutur Direktif Requirement Guru dalam Kegiatan Pembelajaran di TK Muslimat NU 56 Kesilir Kecamatan Wuluhan”. Penelitian tersebut mendeskripsikan jenis dan modus tindak tutur requirement yang digunakan guru dalam kegiatan pembelajaran di TK Muslimat NU 56 Kesilir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tujuh jenis tindak tutur requirement yang ditemukan yaitu requirement memerintah, menghendaki, mengomando, menuntut, mengarahkan, menginstruksikan, dan mengatur. Berbagai jenis tindak tutur requirement yang ditemukan, digunakan sesuai dengan tingkat perkembangan dan karakter peserta didik di tingkat Taman Kanak-Kanak. Selain itu, ada enam jenis modus yang ditemukan yaitu, modus pernyataan (deklaratif) mewadahi tindak tutur requirement menuntut, memerintah, dan menghendaki; modus permohonan (optatif) mewadahi tindak tutur requirement memerintah; modus perintah (imperatif) mewadahi tindak tutur requirement mengarahkan; modus bertanya (interogatif) mewadahi tindak tutur requirement memerintah dan menghendaki; modus keharusan (obligatif) mewadahi tindak tutur requirement mengarahkan; dan modus keinginan (desideratif) mewadahi tindak tutur requirement memerintah. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari berbagai jenis tindak tutur requirement yang ditemukan, digunakan sesuai dengan tingkat perkembangan dan karakter peserta didik di tingkat Taman Kanak-Kanak; kemudian, dari berbagai modus tersebut terbukti bahwa modus tertentu dapat mewadahi berbagai jenis tindak tutur direktif requirement. Dilain pihak, tindak tutur direktif requirement dikemukakan dalam beberapa modus. Rancangan penelitian menggunakan rancangan penelitian kualitatif dan jenis penelitian menggunakan jenis penelitian pragmatik. Data penelitian ini dikumpulkan dengan metode observasi, melalui teknik simak catat dan teknik rekam.

Penelitian selanjutnya yang relevan pernah dilakukan oleh Rima Fitria mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Jember pada tahun 2018 dengan judul “Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beli

Perengkapan Wanita di Daring *Instagram*". Penelitian tersebut mendeskripsikan tentang beragam wujud, strategi, dan fungsi tindak tutur dalam transaksi jual beli perlengkapan wanita di *Instagram*, berdasarkan hasil penelitian ditemukan tindak tutur asertif yaitu, (a) asertif menyatakan; (b) asertif memberitahukan; dan (c) asertif menyarankan. Tindak tutur direktif yaitu, (a) direktif memesan; (b) direktif memerintahkan; dan (c) direktif meminta. Sedangkan tindak tutur ekspresif yaitu, (a) ekspresif memaafkan; (b) ekspresif menyalahkan; dan (c) ekspresif mengucapkan terima kasih. Kemudian tindak tutur komisif yaitu, (a) komisif berjanji dan (b) komisif menawarkan. Strategi tindak tutur ditemukan dua strategi yaitu, (1) strategi langsung harfiah dan (2) strategi tidak langsung harfiah. Sedangkan fungsi tindak tutur ditemukan fungsi kompetitif yaitu, (a) kompetitif memerintah; (b) kompetitif meminta. Fungsi menyenangkan yaitu, (a) menyenangkan menawarkan; dan (b) menyenangkan mengucapkan terima kasih. Kemudian, fungsi bekerja sama menyatakan. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan memanfaatkan dokumen yang sudah ada dengan cara memotret.

Ketiga penelitian di atas dianggap relevan karena memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian Tindak Tutur Direktif *Advisoris Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji tentang tindak tutur, sedangkan hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objek yang digunakan dalam penelitian, fokus yang akan diteliti, serta rancangan dan jenis penelitian. Rancangan dan jenis penelitian yang pertama menggunakan rancangan penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Rancangan dan jenis penelitian yang kedua menggunakan rancangan penelitian kualitatif dan jenis penelitian pragmatik. Rancangan dan jenis penelitian yang ketiga menggunakan rancangan penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan penelitian Tindak Tutur Direktif *Advisoris Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram* menggunakan rancangan penelitian kualitatif dan jenis penelitian pragmatik.

Berdasarkan pemaparan di atas menunjukkan bahwa penelitian tentang tindak tutur memang sangat menarik untuk diteliti. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dapat dijadikan acuan dan referensi dalam penelitian yang akan dilakukan.

## 2.2 Peristiwa Tutur

Peristiwa tutur adalah kejadian di mana tindak tutur itu dilakukan. Menurut Hymes (dalam Suwito, 1983:32-33) ada beberapa faktor yang menjadi penentu terjadinya peristiwa tutur, yaitu dengan akronim SPEAKING. Berikut penjelasannya.

- S : *Setting* atau *scene*, yaitu digunakan untuk menunjuk pada aspek waktu, tempat, dan suasana pertuturan berlangsung. Contohnya saat guru sedang melakukan kegiatan pembelajaran, tuturan tersebut terjadi di ruang kelas pukul 09.00 WIB
- P : *Partisipan*, yaitu menunjuk kepada semua orang yang terlibat dalam peristiwa tutur yaitu pembicara, lawan bicara, dan pendengar. Contohnya saat guru sedang bertanya kepada salah satu siswa saat pembelajaran berlangsung, pembicara adalah guru, lawan bicara adalah salah satu siswa, dan pendengarnya adalah semua siswa.
- E : *End* atau tujuan, yaitu tujuan akhir diskusi. Contohnya tujuan akhir dari tuturan pembelajaran dalam kelas adalah penutur yaitu guru menjelaskan kepada mitra tutur yaitu siswa tentang materi yang sudah disiapkan.
- A : *Act*, yaitu suatu peristiwa dimana seseorang pembicara sedang mempergunakan kesempatan bicaranya. *Act* ini berkaitan dengan bentuk dan isi suatu ujaran. Contohnya bentuk ujaran dalam kelas saat pembelajaran menggunakan bahasa formal, sedangkan bentuk ujaran dalam suatu pesta lebih santai. Begitu juga dengan isi yang dibicarakan tersebut berbeda.
- K : *Key*, yaitu nada suara dan ragam bahasa yang dipergunakan dalam menyampaikan pendapatnya dan cara mengemukakan pendapatnya. Contohnya ketika seorang penutur merasa emosi dalam



mengemukakan pendapat, maka pendapat tersebut diungkapkan dengan nada suara tinggi, ragam bahasa dan cara peyampiannya akan berbeda ketika penutur yang mengungkapkan pendapatnya dengan santai.

- I : *Instrument*, yaitu alat untuk menyampaikan suatu pendapat. Contohnya secara lisan, tertulis, lewat telepon, dan sebagainya. Bentuk tutur orang bertelepon pastilah berbeda dengan orang bertutur dengan tanpa menggunakan telepon. Misalnya dalam peristiwa transaksi jual beli terjadi tawar menawar dilakukan lewat pesawat telepon, pasti bentuk tuturnya berbeda dengan tawar menawar langsung yang dilakukan dengan tanpa telepon.
- N : *Norma*, yaitu aturan permainan yang harus ditaati oleh setiap peserta diskusi. Norma dicerminkan oleh hubungan sosial dalam masyarakat bahasa. Contohnya ketika orang kesatu sedang bertutur dengan orang kedua, maka orang ketiga dilarang memenggal tuturan mereka. Apabila orang ketiga memenggal percakapan yang sedang berlangsung maka orang ketiga dianggap sebagai pelanggar norma.
- G : *Genre*, yaitu jenis kegiatan diskusi yang mempunyai sifat-sifat lain dari jenis kegiatan yang lain. Contohnya orang berpidato tentunya menggunakan tuturan yang berbeda dengan orang bercerita.

### 2.3 Konteks Tutur

Bahasa selalu diungkapkan dalam konteks. Tiap-tiap peristiwa percakapan (tutur), selalu terdapat faktor-faktor yang mengambil peranan dalam peristiwa itu seperti penutur, lawan tutur, pokok pembicaraan, tempat bicara, dan lain-lain. Menurut Rustono (1999:20) konteks adalah sesuatu yang menjadi sarana penjas suatu maksud. Konteks tutur berarti segala sesuatu di luar tuturan yang berfungsi untuk memperjelas suatu maksud tuturan, seperti penutur, mitra tutur, topik, tempat dan waktu, penghubung, dialek, bentuk pesan serta kejadian. Berkaitan dengan hal tersebut, konteks tutur memiliki fungsi yang sangat penting karena

menentukan makna suatu tuturan. Berikut penjelasan mengenai ciri-ciri konteks tutur:

a. Penutur

Penutur adalah orang yang bertutur, yaitu orang yang menyatakan fungsi pragmatis tertentu dalam suatu peristiwa. Mengetahui penutur pada suatu situasi akan memudahkan untuk menginterpretasikan tuturannya. Akan tetapi, suatu tuturan akan berubah arti/makna jika penuturnya berbeda. Jadi, begitu pentingnya mengetahui si penutur demi kelancaran penafsiran tuturannya.

b. Mitra Tutur

Mitra tutur adalah orang yang menjadi sasaran dalam menerima pesan yang disampaikan penutur sekaligus kawan penutur dalam pertuturan. Mengetahui mitra tutur sama pentingnya dengan mengetahui penutur sebab untuk siapa tuturan itu ditujukan akan memperjelas makna tuturan tersebut. Tingkat sosial mitra tutur akan menentukan tuturan yang hendak disampaikan. Sehingga dengan siapa berbicara harus menyesuaikan cara bicaranya juga.

c. Topik

Topik adalah pokok pembicaraan. Dengan mengetahui topik pembicaraan akan memudahkan seseorang dalam mendengar atau membaca untuk memahami pembicaraan atau tulisan.

d. Tempat dan Waktu (*Setting*)

Tempat yang dimaksud di sini adalah di mana penutur menuturkan tuturan. Sedangkan waktu berkaitan dengan kapan tuturan itu dituturkan. Yang dimaksud dengan *setting* adalah hubungan antara penutur dan mitra tutur, gerak-gerik roman mukanya, dan gerak gerik tubuhnya.

e. Penghubung (*Channel*)

Untuk memberikan informasi seorang penutur dapat menggunakan berbagai cara, bisa dengan lisan, tulisan, ponsel, telegram, dan lain-lain. Inilah yang dinamakan *channel*. Pemilihan *channel* tersebut bergantung kepada beberapa faktor, kepada siapa berbicara, dalam situasi yang bagaimana ketika tuturan itu terjadi. Kalau dekat cukup menggunakan lisan, tetapi jika penutur dan mitra tutur berjauhan tentulah harus dengan tulisan, telegram, dan ponsel.

f. Dialek

Jika tuturan dituturkan secara lisan, maka kode yang dipilih adalah suatu dialek bahasa itu sendiri. Atau bisa juga dengan memahami salah satu register yang paling tepat untuk hal itu. Jika tuturan dilakukan dalam situasi tidak resmi, maka menggunakan dialek bahasa yang biasa saja, tetapi jika tuturan tersebut dilakukan dalam situasi yang resmi tentunya harus menggunakan bahasa resmi. Maka dari itu, register sangat diperhatikan dalam penyampaian maksud suatu tuturan. Register menjadi acuan dialek bahasa yang akan digunakan.

g. Bentuk Pesan (*Message Form*)

Pesan adalah sesuatu yang ingin disampaikan. Pesan yang hendak disampaikan haruslah tepat, karena bentuk pesan ini bersifat mendasar dan penting. Bentuk pesan dapat berupa langsung dan tidak langsung. Bentuk pesan langsung memiliki makna eksplisit, artinya apa yang dituturkan sesuai dengan maksud yang diinginkan. Sedangkan tuturan tidak langsung memiliki makna non eksplisit. Artinya apa yang dituturkan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Bentuk pesan yang tidak sesuai dengan mitra tutur dan situasinya, mengakibatkan pesan tidak sampai kepada mitra tutur.

h. Kejadian (*Event*)

Kejadian yang dimaksud di sini adalah peristiwa tutur. Peristiwa tutur adalah kejadian di mana tindak tutur itu berlangsung. Peristiwa tutur adalah terjadinya atau berlangsungnya interaksi linguistik dalam satu bentuk ujaran atau lebih yang melibatkan dua pihak, yaitu penutur dan lawan tutur, dengan satu pokok tuturan, di dalam waktu, tempat, dan situasi tertentu (Chaer, 1995:61). Dengan demikian peristiwa tutur itu dapat terjadi sebanyak kontak bahasa yang dilakukan dengan orang lain. Dapat dikatakan bahwa peristiwa tutur itu tidak terkira banyaknya. Jadi, dapat dilihat bahwa semua komponen-komponen pertuturan satu dengan lainnya saling bersangkutan. Tuturan yang digunakan ditentukan oleh penutur, mitra tutur, situasi, kondisi topik pembicaraannya, waktu dan tujuannya.

Berikut ini merupakan contoh tuturan yang mewakili ciri-ciri konteks tutur.

- (2) X : Beli krim WGS untuk wajah ya.  
Y : Sekarang 200 ribu satu paket  
X : Kok mahal? Dulu nggak segitu.  
Y : Iya sekarang sudah naik harganya.

(Fitria, 2018:18)

Tuturan di atas merupakan tuturan yang disampaikan oleh penjual dan pembeli kosmetik. Tuturan tersebut mencakup beberapa ciri dari konteks tutur, yaitu penutur, mitra tutur, topik pembicaraan, tempat dan waktu, penghubung, bentuk pesan, dan kejadian.

Dapat dilihat penutur dalam tuturan tersebut adalah pembeli (X) karena menyampaikan informasi berupa tuturan kepada mitra tutur. Mitra tutur adalah penjual (Y) karena mendapatkan informasi dari penutur. Selanjutnya adalah topik. Topik dalam tuturan tersebut adalah seorang penutur (X) bermaksud untuk membeli produk kosmetik kepada penjual (Y) namun ternyata harganya naik untuk harga satu paketnya.

Selain itu, dalam tuturan tersebut juga terdapat ciri lain dari konteks tutur yaitu tempat dan waktu. Tempat tuturan tersebut adalah di sebuah toko kosmetik. Waktu terjadinya tuturan ada banyak kemungkinan, bisa pagi hari, sore hari, atau malam hari. Lalu penghubung yang digunakan dalam tuturan tersebut adalah bahasa Indonesia lisan. Sedangkan bentuk pesan pada tuturan tersebut merupakan bentuk pesan langsung karena merupakan serangkaian kejadian atau *event* tutur yang tengah terjadi dalam konteks tuturan.

#### 2.4 Tindak Tutur

Tindak tutur dapat diartikan sebagai suatu kegiatan berbahasa yang bertujuan untuk menyatakan sesuatu dengan acuan tertentu dan maksud tertentu. Tindak tutur itu sendiri merupakan unsur terkecil komunikasi, misalnya saja tindak tutur untuk mengucapkan selamat, tindak tutur meminta maaf, tindak tutur memberi perintah, dan sebagainya. Menurut Austin (dalam Nadar, 2009:11), pada dasarnya saat seseorang mengatakan sesuatu, dia juga melakukan sesuatu. Misalnya saat seseorang berjanji, meminta maaf, menyatakan sesuatu, maka orang

tersebut tidak hanya mengucapkan tetapi juga melakukan tindakan berjanji, meminta maaf, dan menyatakan sesuatu.

Tindak tutur tidak hanya terbatas pada kegiatan berbahasa secara lisan, namun juga secara tulisan, yang bertujuan untuk mengungkapkan ide, gagasan, pendapat, dukungan, maupun perasaan dalam kehidupan sosial. Saat melakukan sebuah tuturan juga dapat dilihat sebagai melakukan tindakan, karena di samping melakukan tuturan, tuturan tersebut dapat memengaruhi orang lain yang mendengarkan untuk melakukan suatu tindakan sebagai suatu respon yang ditunjukkan kemudian terjadilah suatu peristiwa komunikasi.

Dapat dikatakan tindak tutur termasuk dalam kajian pragmatik, yaitu cabang ilmu bahasa yang mengkaji maksud tuturan. Gillian Brown (dalam Lubis, 1991:20) menyatakan pragmatik yaitu penganalisisan studi bahasa dengan pertimbangan-pertimbangan konteks. Menurut Leech (1993:8) pragmatik adalah studi tentang makna dalam hubungannya dengan situasi-situasi ujar. Situasi yang dimaksud dapat berupa dengan siapa berbicara, tentang apa yang dibicarakan, di mana dibicarakan, kapan dibicarakan, dan situasi bicara yang akan membagi warna terhadap pembicaraan itu. Menurut Chaer (2010:27) tindak tutur adalah tuturan dari seseorang yang bersifat psikologis dan yang dilihat dari makna tindakan dalam tuturannya. Serangkaian tindak tutur akan membentuk suatu peristiwa tutur (*speech event*). Lalu, tindak tutur dan peristiwa tutur ini menjadi dua gejala yang terdapat pada satu proses, yakni proses komunikasi. Tindak tutur dibagi menjadi tiga jenis yaitu (1) tindak tutur lokusi, (2) tindak tutur ilokusi, dan (3) tindak tutur perlokusi.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa tindak tutur adalah segala tindakan berbahasa yang bertujuan untuk menyatakan maksud tertentu. Tindak tutur bisa berupa lisan maupun tulisan yang digunakan untuk mengungkapkan ide, gagasan, saran, pujian, maupun perasaan. Tindak tutur termasuk ke dalam lingkup kajian pragmatik, yaitu studi ilmu bahasa yang mengkaji maksud ujaran. Perhatikan contoh di bawah ini.

- (3) Penutur : “Kepalaku sakit sekali.”  
Mitra tutur : “*Sebentar aku belikan obat.*”

(Fitria, 2018:12)

Tuturan di atas merupakan tindak tutur, karena pada saat penutur menuturkan kalimat *kepalaku sakit sekali* mempunyai maksud agar mitra tutur melakukan sesuatu dan kalimat tersebut menimbulkan jawaban berupa kalimat *sebentar aku belikan obat* serta menimbulkan suatu tindakan yang dilakukan mitra tutur yaitu membelikan obat untuk penutur yang sedang mengeluh sakit kepala.

## 2.5 Tindak Tutur Direktif

Menurut Yule (dalam Andianto, 2013: 29) direktif ialah jenis tindak tutur yang dipakai oleh penutur untuk menyuruh orang lain melakukan sesuatu. Jenis tindak tutur ini menyatakan apa yang menjadi keinginan penutur. Tindak tutur ini meliputi: perintah, pemesanan, permohonan, permintaan, dan pemberian saran. Hal itu sejalan dengan pendapat Andianto (2013:29) menyatakan bahwa tindak tutur direktif merupakan suatu tindak tutur yang mengekspresikan maksud atau keinginan penuturnya agar mitra tutur melakukan sesuatu sesuai dengan yang dikehendaki penutur. Lebih lanjut, Andianto menambahkan bahwa tindak tutur direktif merupakan salah satu kategori tindak tutur yang muncul dalam suatu peristiwa tutur (*speech event*) dan dalam situasi tutur (*speech situations*) tertentu.

Berdasarkan pendapat ahli yang telah dipaparkan di atas, tindak tutur direktif merupakan tindak tutur yang digunakan untuk mengungkapkan keinginan penutur dan diharapkan mitra tutur melakukan suatu tindakan sesuai dengan tuturan tersebut.

Menurut Bach dan Harnish (dalam Andianto 2013:31-32) tindak tutur direktif terbagi menjadi enam macam yaitu tindak tutur requisitif, tindak tutur quesitif, tindak tutur requiremen, tindak tutur prohibitif, tindak tutur permisif, dan tindak tutur advisoris. Penjelasan dari keenam macam tindak tutur tersebut adalah sebagai berikut.

### a. Tindak Tutur Requesitif

Tindak tutur requesitif adalah tindak tutur yang digunakan penutur untuk mengekspresikan keinginan atau harapan tuturannya, agar mitra tutur melakukan suatu tindakan. Tindak tutur requesitif meliputi: *meminta, mengemis, memohon,*

*menekan, mengundang, mendoa, mengajak, mendorong.* Contoh tindak tutur requisitif adalah sebagai berikut.

(4) “Besok pagi ke sekolah bareng yuk!”

(Sari, 2016:16)

Segmen tutur pada data (4) di atas merupakan tindak tutur requisitif yang bermaksud mengajak. Hal itu ditandai dengan adanya kata ajakan *yuk!* dalam tuturannya. Kata *yuk!* digunakan penutur untuk mengajak mitra tutur agar mau mengikuti permintaanya.

#### b. Tindak Tutur Quesitif

Tindak tutur quesitif adalah tindak tutur yang digunakan penutur untuk mengekspresikan tuturannya, agar mitra tutur memberikan informasi tertentu kepada penutur. Tindak tutur quesitif meliputi: *bertanya, berinkuiri, menginterogasi.* Contoh tindak tutur quesitif adalah sebagai berikut.

(5) “Kamu kenapa kemarin tidak masuk sekolah?”

(Sari, 2016:17)

Segmen tutur pada data (5) di atas merupakan tindak tutur quesitif. Karena pada tuturan tersebut, seorang penutur bermaksud bertanya mengenai alasan mitra tutur tidak masuk sekolah agar mitra tutur memberikan informasi mengenai alasannya tidak masuk sekolah.

#### c. Tindak Tutur Requirement

Tindak tutur requirement adalah tindak tutur yang digunakan penutur untuk mengekspresikan maksud tuturannya, sehingga mitra tutur menyikapi keinginan yang diekspresikan tersebut sebagai alasan untuk bertindak. Dalam mengekspresikan kepercayaan dan maksud yang sesuai, penutur mempresumsi bahwa dia mempunyai kewenangan yang lebih tinggi daripada mitra tutur. Tindak tutur requirement meliputi: *memerintah, menghendaki, mengkomando, menuntut, mendikte, mengarahkan, menginstruksikan, mengatur, mensyaratkan.* Contoh tindak tutur requirement adalah sebagai berikut.

(6) “Duduk yang rapi!”

(Sari, 2016:17)

Segmen tutur pada data (6) di atas merupakan tindak tutur requirement yang bermaksud memerintah. Karena di dalam tuturan tersebut penutur bermaksud memerintah mitra tutur untuk duduk yang rapi.

d. Tindak Tutur Prohibitif

Tindak tutur prohibitif adalah tindak tutur yang digunakan penutur untuk mengekspresikan tuturannya yang mengandung maksud agar mitra tutur tidak mengerjakan sesuatu. Tindak tutur prohibitif meliputi: *melarang, membatasi*. Contoh tindak tutur prohibitif adalah sebagai berikut.

(7) “Kalau ke sekolah tidak boleh memakai sandal ya!”

(Sari, 2016:17)

Segmen tutur pada data (7) di atas merupakan tindak tutur prohibitif yang bermaksud melarang. Hal itu, ditandai dengan adanya kata *tidak* dalam tuturannya. Kata *tidak* digunakan penutur untuk melarang mitra tutur melakukan sesuatu yaitu tidak boleh memakai sandal ketika ke sekolah.

e. Tindak Tutur Permisif

Tindak tutur permisif adalah tindak tutur yang digunakan penutur untuk mengekspresikan kepercayaan dan maksud penutur, sehingga mitra tutur percaya bahwa ujaran penutur mengandung alasan yang cukup bagi mitra tutur untuk merasa bebas melakukan tindakan tertentu. Dalam mengekspresikan kepercayaan dan maksud yang sesuai, penutur mempresumsi bahwa dia mempunyai kewenangan yang lebih tinggi daripada mitra tutur. Tindak tutur permisif meliputi: *menyetujui, membolehkan, memberikan wewenang, menganugerahi, mengabdikan, membiarkan, mengizinkan, melepaskan, memaafkan, memperkenankan*. Contoh tindak tutur permisif adalah sebagai berikut.

(8) “Silakan istirahat yang sudah selesai menggambarnya!”

(Sari, 2016:17)

Segmen tutur pada data (8) di atas merupakan tindak tutur permisif yang bermaksud membolehkan. Hal itu ditandai dengan adanya kata *silakan* pada tuturannya. Kata *silakan* digunakan penutur untuk memperbolehkan mitra tutur melakukan sesuatu yaitu beristirahat ketika selesai menggambar.



#### f. Tindak Tutur Advisoris

Tindak tutur advisoris adalah tindak tutur yang digunakan penutur untuk mengekspresikan tuturan berupa saran atau anjuran kepada mitra tutur agar ia menyadari dan mau melakukan sesuatu yang disarankan tersebut. Tindak tutur advisoris meliputi: *menasihatkan, memperingatkan, mengkonseling, mengusulkan, menyarankan, mendorong*. Contoh tindak tutur advisoris adalah sebagai berikut.

(9) “Anak-anak, kalau mau jadi anak baik kalian harus patuh sama guru dan orang tua.”

(Sari, 2016:18)

Segmen tutur pada data (9) di atas merupakan tindak tutur advisoris yang bermaksud menasehati. Hal itu, ditandai dengan adanya kata *harus*. Kata *harus* digunakan penutur untuk memberikan nasihat agar mitra tutur melakukan tindakan yang lebih baik lagi yaitu kalau mau jadi anak baik mitra tutur harus patuh dengan guru dan orang tua.

Berdasarkan pemaparan mengenai beragam jenis tindak tutur direktif di atas, penelitian ini berfokus pada tindak tutur direktif advisoris. Hal ini disebabkan tuturan *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* lebih banyak mengekspresikan saran atau anjuran kepada mitra tutur.

### 2.6 Tindak Tutur Direktif Advisoris

Tindak tutur advisoris merupakan salah satu kategori tindak tutur direktif. Menurut Andianto (2013:293) tindak tutur advisoris merupakan kategori tindak direktif yang bermaksud mengekspresikan saran, anjuran, dan sebagainya dari penutur agar mitra tuturnya menyadari dan atau mau melakukan sesuatu yang disarankan tersebut. Tindak tutur advisoris merupakan tindak tutur yang lebih menekankan pada kepentingan mitra tutur. Dalam tindak tutur advisoris, penutur tidak akan dirugikan apabila mitra tutur tidak mengikuti tuturannya, karena penutur bermaksud hanya memberikan masukan sedangkan pengambilan keputusan tetap berada di tangan mitra tutur.

Menurut Andianto (2013:81) suatu tindak direktif dapat dikategorikan sebagai advisoris apabila memenuhi hal berikut.

- Kaidah isi proporsional : P mengatakan sebagai suatu kebenaran suatu tindakan tertentu yang dinasehatkan, diingatkan, disarankan, atau diusulkan untuk Mt.
- Kaidah persiapan : 1. Mt mampu melakukan A.  
2. P cukup beralasan untuk menyarankan Mt melakukan A.  
3. Mt. cukup beralasan untuk melakukan A atas saran P.
- Kaidah ketulusan : P menyarankan atau menasihatkan Mt untuk melakukan A.
- Kaidah esensi : Menganggap upaya P agar Mt mau melakukan A.

## 2.7 Jenis- jenis Tindak Tutur Advisoris

Menurut Andianto (2013:32) tindak tutur advisoris memiliki beberapa macam jenis meliputi: menyarankan atau mengusulkan, menasihatkan, mengonseling, memperingatkan, dan mendorong. Penjelasan dari masing-masing tindak tutur advisoris tersebut adalah sebagai berikut.

### a. Tindak Tutur Advisoris Menasihatkan

Menurut KBBI (1989:242) nasihat merupakan ajaran atau pelajaran yang baik. Tindak tutur advisoris menasihatkan berisi pemberian ajaran yang baik serta mendidik dari penutur kepada mitra tutur. Contoh tindak tutur advisoris menasihatkan adalah sebagai berikut.

(10) Segmen tutur: **Kalau kita di jalan raya tidak bisa sopan santun, bisa membahayakan diri sendiri dan orang lain.**

Koteks:

Guru: “Selanjutnya sopan santun dalam menggunakan fasilitas umum, seperti jalan raya. Sekarang ini banyak sekali anak-anak muda naik sepeda wis ndak alon, suara knalpote banter. Kemudian kalau malam hari, kendaraannya tidak ada lampu. Yang paling sering juga tidak menggunakan helm. ~. Ada juga yang sepedanya direndahkan, kalau ada polisi tidur diangkat bareng-bareng sama temannya.”

Siswa: (tertawa)

Guru: “Ada yang seperti itu, padahal sudah distandarkan, tapi dimodel macem-macam akhirnya bisa membahayakan diri sendiri.”

(Wibowo, 2014:45)

Konteks: Dituturkan oleh guru bimbingan konseling dengan nada suara meninggi pada pagi hari di dalam kelas dengan ekspresi wajah ramah dengan sedikit senyum. Guru menjelaskan materi mengenai “Sopan Santun di Jalan Raya” dalam posisi berdiri di depan kelas sambil memandang seluruh siswa (setelah mendengarkan kemudian merepon dengan tertawa).

Segmen tutur pada data (10) di atas merupakan tindak advisoris menasihatkan yang dilakukan oleh guru dalam pembelajaran bimbingan konseling (PBK). Maksud tuturan tersebut, apabila guru dan siswa (kita) tidak bersikap sopan santun di jalan raya akan membahayakan. Suatu kebenaran yang dinasihatkan guru (sebagai penutur) kepada siswa (sebagai mitra tutur) pada tuturan tersebut adalah konsekuensi dari sebuah kondisi.

b. Tindak Tutur Advisoris Menyarankan

Menurut KKBI (1989:307) saran merupakan pendapat, usul, anjuran, cita-cita yang dikemukakan untuk dipertimbangkan. Terdapat beberapa kata yang menjadi indikasi tindak tutur advisoris menyarankan yaitu *seharusnya*, *sebaiknya*, *hendaknya*, dan kata-kata lain yang mempunyai makna sama dengan ketiga kata tersebut. Contoh tindak tutur advisoris menyarankan adalah sebagai berikut.

(11) Segmen tutur: **Coba kalian amati tugas-tugas yang belum sebaiknya segera dikumpulkan, sebentar lagi sudah mau ujian semester.**

Koteks:

Guru: “Sebelumnya ibu akan membahas evaluasi kemarin, hasil belajar kalian, sebentar lagi kalian ujian ya. ~~.”

Siswa: “Iya, Bu.”

(Wibowo, 2014:50)

Konteks: Dituturkan guru bimbingan konseling dalam proses pembelajaran pada pagi hari. Tuturan terjadi di dalam kelas. Guru memberikan apersepsi sebelum memulai menjelaskan materi, guru bertutur dalam posisi berdiri di depan kelas dengan nada suara lembut, ekspresi wajah ramah, dengan sedikit senyum dengan menghadap kepada seluruh siswa (mendengarkan dan kemudian merespon), kemudian segera direspon oleh siswa-siswanya.

Segmen tutur pada data (11) di atas merupakan tindak tutur advisoris menyarankan yang dilakukan oleh guru dalam PBK. Suatu pendapat yang disarankan guru (sebagai penutur) kepada siswa pada tuturan tersebut adalah tugas-tugas sekolah yang menjadi tanggungan dan belum terselesaikan, untuk segera diselesaikan kemudian dikumpulkan.

c. Tindak Tutur Advisoris Mengonseling

Tindak tutur advisoris bersifat mengonseling ditandai dengan adanya pemberian bantuan untuk memecahkan masalah dari seorang penutur kepada mitra tutur. Contoh tindak tutur advisoris mengonseling, misalnya tuturan guru ketika berupaya membantu menyelesaikan permasalahan siswa perihal nilainya yang menurun.

d. Tindak Tutur Advisoris Memperingatkan

Menurut Andianto (2004:119) memperingatkan merupakan kegiatan mengingatkan akan; memberi ingat; memberi nasihat (teguran dan sebagainya) agar ingat akan kewajibannya dan sebagainya. Terdapat beberapa kata yang menjadi indikasi tindak tutur advisoris memperingatkan yaitu kata *ingatlah*, *awas*, *hati-hati*, dan kata-kata lainnya yang memiliki makna sama dengan ketiga kata tersebut. Contoh tindak tutur advisoris memperingatkan adalah sebagai berikut.

(12) Segmen tutur: **Nilai tugas itu penting jangan sampai lupa!**

Koteks:

Guru: “Nilai tugas itu akan membantu nilai-nilai kalian.~~.”

Siswa: (sebagian siswa hanya memperhatikan, sebagian yang lain memeriksa buku masing-masing)

(Wibowo, 2014:58)

Konteks: Tuturan terjadi dua minggu menjelang ujian kenaikan kelas, dalam proses pembelajaran pada pagi hari di dalam kelas. Guru memasuki ruang kelas, memulai pembelajaran. Guru memberikan apersepsi sebelum memulai menjelaskan materi, kemudian memberikan peringatan dalam posisi berdiri di depan kelas dengan ekspresi wajah ramah, dengan sedikit memberikan penekanan nada pada tiga kata terakhir.

Segmen tutur pada data (12) di atas merupakan tindak tutur advisoris memperingatkan yang dilakukan oleh guru dalam PBK. Suatu kebenaran yang

dikatakan guru (sebagai penutur) untuk disadari atau diingat siswa pada tuturan tersebut yaitu nilai tugas penting serta untuk tidak melupakan tugas-tugas sekolah yang menjadi tanggungan siswa.

e. Tindak Tutur Advisoris Mendorong

Menurut KBBI (1989:96) dorongan merupakan desakan atau memaksa supaya berbuat sesuatu. Terdapat beberapa kata yang menjadi indikasi tindak tutur advisoris mendorong yaitu kata *ayo, mari, harap, harus*, dan kata-kata lain yang memiliki makna sama dengan keempat kata tersebut. Contoh tindak tutur advisoris mendorong adalah sebagai berikut.

(13) Segmen tutur: **Sopan santun harus dijaga, terutama kalian sebagai seorang siswa.**

Koteks:

Guru: "... Jadi kesimpulannya, hormatilah yang lebih tua. Kalau orang Jawa, biasane bilang nuwun sewu, kalau mau lewat di depan orang yang sedang duduk di pinggir jalan.~~."

(Wibowo, 2014:54)

Konteks: Tuturan terjadi pada akhir proses pembelajaran di dalam ruang kelas. Guru memberikan materi mengenai sikap positif terhadap orang lain, pembelajaran dilakukan dengan metode bermain peran. Siswa memainkan sebuah drama yang sudah disiapkan oleh guru.

Segmen tutur pada data (13) di atas merupakan tindak tutur advisoris mendorong atau mendesak yang dilakukan oleh guru dalam PBK. Guru mendorong siswa untuk melakukan suatu perbuatan melalui tuturannya, yaitu untuk bersikap sopan dan santun.

## 2.8 Strategi Tindak Tutur

Strategi tindak tutur sangat dibutuhkan dalam sebuah tindak tutur. Hal itu dikarenakan strategi tindak tutur yang digunakan seorang penutur akan mempengaruhi pemahaman mitra tutur terhadap maksud dari sebuah tuturan. Menurut Corder (dalam Andianto 2013:39) strategi tindak tutur merupakan upaya penutur (komunikator) mengaitkan tujuan penuturan dengan alat yang digunakan untuk mengekspresikan. Strategi tindak tutur dibagi menjadi empat macam yaitu

strategi tindak tutur langsung harfiah, strategi tindak tutur langsung tak harfiah, strategi tak langsung harfiah, dan strategi tak langsung tak harfiah. Penjelasan keempat strategi tersebut adalah sebagai berikut.

a. Strategi Tindak Tutur Langsung Harfiah

Strategi tindak tutur langsung harfiah merupakan strategi tindak tutur yang menampilkan tindak tutur tertentu dengan maksud sama seperti yang dituturkan. Contoh strategi tindak tutur langsung harfiah adalah sebagai berikut.

(14) Segmen tutur: **Bu, tolong ambilkan tas kantorku!**

Koteks:

Ayah : “~”

Ibu : “Ini, Yah.” (meletakkan tas kantor di meja sambil tersenyum)  
(Maulana, 2018:32)

Konteks: Dituturkan penutur (Ayah) kepada mitra tutur (Ibu) di ruang tamu. Tuturan terjadi pada pagi hari. Dituturkan dengan posisi penutur duduk di kursi sedangkan mitra tutur berdiri di samping penutur. Dituturkan dengan intonasi santai.

Segmen tutur pada data (14) di atas merupakan strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal itu dikarenakan tuturan tersebut memiliki maksud sama seperti yang dituturkan atau tidak ada maksud lain dari tuturannya. Tuturan tersebut juga menggunakan kalimat perintah yang sesuai dengan maksud tuturannya yaitu penutur (Ayah) menyuruh mitra tutur (Ibu) untuk mengambilkan tas kantor, bukan barang lainnya. Tuturan tersebut kemudian ditanggapi oleh mitra tutur dengan mengambilkan barang yang sesuai dengan perintah penutur yaitu tas kantor.

b. Strategi Tindak Tutur Langsung Tak Harfiah

Strategi tindak tutur langsung tak harfiah merupakan strategi tindak tutur yang menampilkan tuturan yang tidak sesuai dengan maksud yang diinginkan. Contoh strategi tindak tutur langsung tak harfiah adalah sebagai berikut.

(15) Segmen tutur: **Bisakah kalian tutup mulut sebentar saja?**

Koteks:

Guru : “~”

Siswa : “Bisa, Bu.” (menjawab dengan serempak kemudian diam)  
(Maulana, 2018:33)

Konteks: Diturunkan penutur (Guru) kepada mitra tutur (Siswa) di ruang kelas ketika sedang proses pembelajaran. Tuturan dipicu karena siswa ramai ketika guru sedang menerangkan materi. Tuturan terjadi pada siang hari. Diturunkan dengan posisi guru berdiri di depan papan tulis sambil menghadap kepada siswa-siswa dibelakangnya. Diturunkan dengan tegas dan serius.

Segmen tutur pada data (15) di atas merupakan strategi tindak tutur langsung tak harfiah. Dikatakan tindak tutur langsung karena penutur (Guru) langsung bertanya kepada mitra tutur (Siswa). Namun, pertanyaan tersebut sebenarnya bukan bermaksud untuk bertanya apakah mitra tutur bisa menutup mulutnya atau tidak, akan tetapi penutur bermaksud menyuruh mitra tutur untuk diam karena penutur sedang menerangkan materi pembelajaran.

#### c. Strategi Tindak Tutur Tak Langsung Harfiah

Strategi tindak tutur tak langsung harfiah merupakan strategi tindak tutur yang menampilkan tindak tutur tertentu dengan maksud menampilkan tindak tutur lainnya. Contoh strategi tindak tutur tak langsung harfiah adalah sebagai berikut.

##### (16) Segmen tutur: **Aku kesusahan membuka tutup botol minuman ini.**

Koteks:

Sinta : “~~”

Dewi : “Sini aku bantu membukanya.”

(Maulana, 2018:33)

Konteks: Diturunkan penutur (Sinta) kepada mitra tutur (Dewi) di kantin sekolah ketika sedang istirahat. Tuturan dipicu karena penutur kesusahan ketika membuka tutup botol minuman yang telah dibelinya. Tuturan terjadi pada siang hari. Diturunkan dengan posisi penutur dan mitra tutur duduk di bangku taman sekolah. Diturunkan dengan nada lembut.

Segmen tutur pada data (16) di atas merupakan strategi tindak tutur tak langsung harfiah. Hal itu dikarenakan penutur (Sinta) menggunakan kalimat berita dalam tuturannya dengan makna tuturan sebenarnya adalah menyuruh mitra tutur (Dewi) untuk membukakan tutup botol minumannya.

#### d. Strategi Tindak Tutur Tak Langsung Tak Harfiah

Strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah merupakan strategi tindak tutur yang menampilkan tindak tutur tertentu dengan maksud tertentu pula. Contoh strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah adalah sebagai berikut.

##### (17) Segmen tutur: **Kamarmu rapi sekali, Nak.**

Koteks:

Ibu : “~”

Diah : “Sebentar lagi aku rapikan, Bu.”

(Maulana, 2018:34)

Konteks: Dituturkan penutur (Ibu) kepada mitra tutur (Diah) di ruang tidur penutur. Tuturan dipicu karena penutur melihat kamar mitra tutur sangat berantakan. Tuturan terjadi pada pagi hari. Dituturkan dengan posisi penutur berdiri di depan pintu kamar, sedangkan mitra tutur berdiri di depan lemari kamar. Dituturkan dengan nada santai.

Segmen tutur pada data (17) di atas merupakan strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah. Hal itu dikarenakan penutur (Ibu) menggunakan kalimat berita dalam tuturannya dengan maksud tuturan sebenarnya adalah kalimat perintah kepada mitra tutur untuk merapikan kamarnya. Tuturan tersebut tidak harfiah karena makna tuturannya tidak sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya, yaitu penutur menuturkan kata rapi yang memiliki makna sebenarnya berantakan.

## 2.9 Perlokusi Tindak Tutur

Tindak tutur seorang penutur seringkali mempunyai maksud untuk menimbulkan perlokusi tertentu terhadap mitra tutur. Hal tersebut menyebabkan mitra tutur bereaksi sesuai dengan maksud tuturan sebagai upaya untuk menanggapi tuturan penutur. Perlokusi yang terdapat pada setiap tuturan merupakan suatu efek atau akibat yang ditimbulkan dari suatu tuturan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Menurut Andianto (2013:27) perlokusi mengacu kepada efek daya yang dihasilkan penutur dengan mengatakan atau menuturkan sesuatu tersebut terhadap mitra tuturnya. Efek yang dihasilkan dari suatu tindak tutur terhadap mitra tutur dapat bersifat positif maupun negatif. Efek positif yang



dihasilkan misalnya berupa mengucapkan terimakasih, semangat, lega, rasa, dan sebagainya. Efek negatif yang dihasilkan misalnya rasa takut, kecewa, jengkel, merasa terhina, meminta maaf, sedih, dan sebagainya.

Perlokusi merupakan tanggapan langsung mitra tutur terhadap setiap tuturan yang dituturkan penutur. Tanggapan yang dimaksud tersebut tidak hanya berupa kata-kata, melainkan dapat berupa tindakan atau perbuatan mitra tutur yang diekspresikan langsung kepada penutur.

## **2.10 Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram***

Iklan merupakan salah satu wujud ragam bahasa jurnalistik yaitu ragam bahasa yang digunakan oleh insan kreatif, dalam hal ini wartawan, untuk penerbitan pers (Sumarlam, 2009:169). Iklan mengandung daya informatif persuasif yang secara konsensus harus memilih kata-kata yang dimengerti oleh khalayak pembaca. Di samping memiliki daya informatif persuasif, iklan juga mempunyai sifat khas yang menjadi karakteristiknya, yaitu singkat, lancar, padat, sederhana, netral, dan menarik. Selain itu, bahasa iklan mempunyai bentuk komunikasi yang khas. Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan suatu alat komunikasi yang digunakan untuk menarik perhatian calon konsumen dalam menawarkan produk-produk suatu perusahaan dengan tampilan gambar dan kata-kata yang menarik yang termuat dalam media elektronik maupun media cetak.

Salah satu jenis iklan adalah iklan produk kecantikan yang ada di media sosial *Instagram* dan menjadikan *selebgram* (selebriti *Instagram*) sebagai figur pendukung dalam komunikasi pemasaran sebuah produk. Iklan produk kecantikan terdiri dari iklan produk penurunan berat badan, iklan produk pemutih, iklan produk peninggi badan, dan masih banyak lagi. Biasanya iklan produk kecantikan ditayangkan di media elektronik maupun diterbitkan di media cetak (koran, brosur, majalah, poster) namun saat ini penayangan iklan di media sosial *Instagram* seakan menjadi lahan baru di era digital, sebab penayangan iklan tersebut dilakukan oleh para *selebgram* dengan cara mengunggahnya secara terus-menerus melalui akun *Instagram* mereka. Lantas, menjadi menarik karena media

sosial *Instagram* bisa melahirkan para selebriti baru, yang namanya saja mungkin baru didengar dalam hitungan hari, tapi bisa menarik pengiklan untuk bekerja sama dalam memasarkan produk.

Meski awalnya *Instagram* diciptakan sebagai media sosial untuk berbagi, tetapi kreativitas para pengguna akhirnya membuat *Instagram* menjadi sarana yang tepat untuk berbisnis memasarkan produk. Namun dalam dunia bisnis dan periklanan, peran selebriti sebagai ikon yang dianggap bisa mewakili sebuah merk atau produk tertentu untuk menarik minat calon konsumen bukanlah sebuah hal baru. Berbisnis melalui media sosial *Instagram* saat ini dianggap lebih nyaman dilakukan. Selain efek langsung dan cepat dengan cara melihat jumlah yang menyukai (*like*) dan komentar para pengikut (*followers*), foto dan video produk yang diunggah dapat dengan mudah diakses oleh pengikut (*followers*). Iklan *selebgram* diperkirakan akan terus berkembang. Peralannya, masih belum ada media sosial yang mengalahkan ciri khas *Instagram* yang memiliki sentuhan personal melalui visual foto ataupun video.

### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dipaparkan mengenai metode penelitian yang digunakan sebagai pedoman penelitian ini mencakup: (1) rancangan dan jenis penelitian, (2) data dan sumber data, (3) teknik pengumpulan data, (4) teknik analisis data, (5) instrumen penelitian, dan (6) prosedur penelitian.

#### 3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian pragmatik. Hal ini disebabkan penelitian ini dilakukan semata-mata hanya berdasarkan fakta yang ada atau fenomena yang memang secara empiris hidup pada penuturnya, sehingga bertujuan untuk mendeskripsikan tindak tutur direktif advisoris yang digunakan *selebgram* saat peristiwa tutur mengiklankan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Searle (dalam Sudaryat 2006:120) menyatakan pragmatik menelaah hubungan unsur bahasa dengan pemakaiannya atau tindak linguistik beserta konteks situasinya. Pragmatik mencoba menjelaskan aspek-aspek makna yang berkaitan dengan konteksnya. Rancangan penelitian pragmatik ini menggunakan data berupa segmen tutur dalam bentuk tertulis beserta konteksnya dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hal ini disebabkan data yang disajikan berupa uraian kata-kata tertulis yang mendeskripsikan suatu data. Sejalan dengan pendapat Bogdan dan Taylor yang mendefinisikan jenis penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (dalam Moleong, 2016:4). Penelitian kualitatif digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu yang diamati tersebut, terutama untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui.

## 3.2 Data dan Sumber Data

### 3.2.1 Data

Data adalah keterangan yang benar dan nyata. Data merupakan bahan penelitian, yaitu berupa bahan jadi (lawan dari bahan mentah) yang ada karena pemilihan aneka macam tuturan yang masih berbentuk bahan mentah Sudaryanto (dalam Mahsun, 2006:19). Data dalam penelitian ini berupa segmen tutur dalam bentuk tertulis dapat berwujud kata, frasa, dan kalimat beserta konteksnya dalam percakapan antar partisipan tutur dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* yang diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris. Segmen tutur yang diambil diindikasikan mengandung wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Selanjutnya data tersebut diklasifikasikan sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan meliputi:

- 1) Data berupa segmen tutur beserta konteks tutur yang mendukung yang terindikasi sebagai wujud tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.
- 2) Data berupa segmen tutur beserta konteks tutur yang mendukung yang terindikasi sebagai strategi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.
- 3) Data berupa segmen tutur beserta konteks aksiologis mitra tutur yang terindikasi sebagai perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

### 3.2.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dimana data diperoleh (Arikunto, 2002:107). Sumber data dalam penelitian ini adalah dokumen peristiwa tutur yang berasal dari tayangan video iklan produk kecantikan yang berisi percakapan antar partisipan tutur yaitu *selebgram* yang terdapat di media sosial *Instagram*. Video iklan *selebgram* diperoleh dari media sosial *Instagram* dengan cara mengunduh video tersebut. Sumber data ini berbentuk video percakapan

iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* yang diindikasikan sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan Nazir (1988:174). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data berupa wujud, strategi, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris yang muncul dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Data tentang wujud, strategi, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* diperoleh dari dokumen berupa tayangan video iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

#### a. Tahap Pengunduhan

Pengunduhan dilakukan untuk memperoleh sumber data penelitian berupa video percakapan antar partisipan tutur, dimana partisipan tutur dalam penelitian ini adalah *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Video tersebut diunduh dari media sosial *Instagram*. Peneliti menggunakan 6 *selebgram* sebagai data penelitian diantaranya, @awkarin, @anyageraldine, @safiracrespin, @sarahgibson21, @c.eendy, dan @izfauziah.

#### b. Teknik Penyimakan

Teknik penyimakan dilakukan setelah melakukan pengunduhan video iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Peneliti selanjutnya melakukan penyimakan terhadap video iklan produk kecantikan yang diindikasikan mengandung wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* yang muncul dalam produk iklan kecantikan di media sosial *Instagram*.

#### c. Tahap Pentranskripsian

Tahap pentranskripsian merupakan kegiatan memindahkan data yang semula berwujud lisan menjadi tulisan melalui proses pencatatan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tertulis berupa segmen-segmen tutur beserta

konteks tutur beserta konteks aksiologis mitra tutur yang diindikasikan mengandung wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* yang muncul dalam produk iklan kecantikan di media sosial *Instagram*.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif. Teknik interaktif merupakan teknik analisis data dengan melakukan proses pengumpulan data dan analisis data. Teknik tersebut menggabungkan pelaksanaan pengumpulan data dengan analisis data, sehingga keduanya dapat dilakukan secara bersama-sama. Analisis interaktif menyikapi segmen tutur yang terindikasi sebagai wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* yang muncul dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Teknik interaktif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis interaktif Miles dan Huberman.

Menurut Miles dan Huberman (1992:16) teknik analisis data terdiri dari tiga tahap kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Ketiga tahap tersebut dijabarkan sebagai berikut.

#### 3.4.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pengolahan data. Pengolahan data tersebut meliputi pemilihan data-data yang diperlukan sebagai bahan penelitian, menyederhanakan, mengklasifikasikan data yang telah diperoleh. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan proses pemilihan berupa segmen tutur yang mengandung wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* yang muncul dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mengolah data adalah sebagai berikut.

##### 1) Penghimpunan Data

Penghimpunan data ini dilakukan untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian. Setelah data dihimpun, dilanjutkan dengan transkripsi data dari lisan ke

dalam bentuk teks tulis. Data tersebut berupa segmen tutur yang terdiri dari tuturan *selebgram* dan konteks tutur yang terdapat dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Dalam proses menghimpun data, tidak semua data tindak tutur dicantumkan, melainkan hanya data tindak tutur yang diindikasikan mengandung wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* yang muncul dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

## 2) Pemberian Kode

Pemberian kode dilakukan untuk memudahkan jalannya penelitian dalam mengklasifikasikan data supaya lebih terperinci. Setelah data dikelompokkan berdasarkan objek penelitian, dilakukan proses pengkodean. Kode yang digunakan terdiri atas:

(1) Pengkodean berdasarkan wujud tindak tutur direktif advisoris terdiri dari:

No.	Keterangan	Kode
1.	Tindak Tutur Direktif Advisoris Menyarankan	TTDAdvMyr
2.	Tindak Tutur Direktif Advisoris Memperingatkan	TTDAdvMngt
3.	Tindak Tutur Direktif Advisoris Mendorong	TTDAdvMdrgr

(2) Pengkodean berdasarkan strategi tindak tutur direktif advisoris terdiri dari:

No.	Keterangan	Kode
1.	Strategi Tindak Tutur Langsung Harfiah	STTLH
2.	Strategi Tindak Tutur Tak Langsung Harfiah	STTTLH
3.	Strategi Tindak Tutur Tak Langsung Tak Harfiah	STTTLTH

(3) Pengkodean berdasarkan perlokusi tindak tutur direktif advisoris terdiri dari:

No.	Keterangan	Kode
1.	Perlokusi Positif Ucapan Terimakasih	PPUTrmksh
2.	Perlokusi Positif Ungkapan Persetujuan	PPUPrstjn
3.	Perlokusi Positif Ungkapan Pertanyaan	PPUPrty
4.	Perlokusi Positif Ungkapan Meminta	PPUMta
5.	Perlokusi Positif Ungkapan Deklaratif	PPUDek
6.	Perlokusi Negatif Merasa Jengkel	PNMJkl

### 3) Pengklasifikasian Data

Setelah data diidentifikasi dan diberi kode, selanjutnya data tersebut diklasifikasikan atau dikelompokkan sesuai dengan rumusan yang telah ditentukan yaitu wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* yang muncul dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

### 4) Analisis Data

Kegiatan selanjutnya setelah data diklasifikasikan dan dikelompokkan maka data tersebut dianalisis berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan yaitu wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* yang digunakan dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

#### 3.4.2 Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses pemaparan dan penginterpretasian keseluruhan data dari hasil reduksi data. Data yang telah diperoleh kemudian diklasifikasikan ke dalam kode dan dimasukkan ke dalam tabel analisis data. Proses pengklasifikasian data ke dalam kode disesuaikan berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan. Selanjutnya, data pada tabel analisis data dianalisis dan diinterpretasikan dengan memanfaatkan teori-teori tindak tutur sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan yaitu: (1) wujud tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*; (2) strategi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di



media sosial *Instagram*; dan (3) perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

#### 3.4.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Data yang telah diidentifikasi, dianalisis dan diinterpretasi kemudian disimpulkan sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah itu perlu dilakukan pemeriksaan ulang (verifikasi data) pada keseluruhan proses analisis data hingga penarikan kesimpulan. Verifikasi data dilakukan dengan cara menguji kebenaran hasil temuan, apakah sudah lengkap dan valid, ataukah masih perlu melakukan analisis data kembali untuk melengkapi kekurangan-kekurangan yang muncul. Apabila dirasa sudah lengkap dan valid, maka dapat ditarik kesimpulan akhir. Untuk itu, peneliti dapat mencocokkan kembali hasil analisis data dengan teori yang telah digunakan. Kesimpulan tersebut harus didukung dengan data-data yang valid yang bisa dipertanggungjawabkan. Adapun penarikan kesimpulan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, yaitu: (1) wujud tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*; (2) strategi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*; dan (3) perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar menghasilkan penelitian yang lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Arikunto, 2002:160). Instrumen dalam penelitian ini mencakup dua hal, yakni instrumen pengumpul data dan instrumen analisis data.

Instrumen pengumpul data meliputi instrumen utama dan instrumen pendukung. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Peneliti terlibat langsung dalam proses pengumpulan data melalui teknik dokumentasi. Instrumen pendukung dalam pengumpulan data adalah ponsel, laptop, aplikasi pengunduh video untuk *Instagram*, dan tabel pengumpul data. Ponsel digunakan

untuk mendapatkan data tuturan *advisoris selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Laptop digunakan untuk mentranskripsikan data yang semula berupa tuturan audiovisual menjadi tulis yang diperoleh dari ponsel. Aplikasi pengunduh video untuk *Instagram* digunakan untuk mengunduh video iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Tabel analisis data digunakan untuk mengelompokkan dan mendeskripsikan data yang berupa wujud tindak tutur *advisoris*, strategi tindak tutur *advisoris*, dan perlokusi tindak tutur *advisoris*. Teori-teori terkait digunakan untuk memahami fenomena data sebagai wujud tindak tutur direktif *advisoris*, strategi tindak tutur direktif *advisoris*, dan perlokusi tindak tutur direktif *advisoris*.

### 3.6 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penyelesaian. Berikut penjelasan ketiga tahap tersebut.

#### a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap awal yang dilakukan sebelum melakukan penelitian. Pada tahap ini kegiatan yang dilaksanakan meliputi:

- 1) Mencari dan merumuskan masalah
- 2) Pemilihan dan penetapan judul. Usulan judul dalam penelitian ini diajukan kepada Tim Komisi Bimbingan kemudian mendapatkan persetujuan.
- 3) Penelusuran kajian pustaka. Kajian pustaka ini disusun sebagai pedoman teori yang akan digunakan dalam penelitian.
- 4) Penyusunan metode penelitian. Penyusunan metode penelitian dilakukan secara bertahap dan dikonsultasikan kepada dosen pembimbing.

#### b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan mengunduh rekaman video yang berisi tuturan *selebgram* yang terjadi dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.

- 2) Pengklasifikasian data. Klasifikasi data dilakukan untuk mempermudah analisis data. Pada tahap ini data diklasifikasikan berdasarkan wujud tindak tutur advisoris, strategi tindak tutur advisoris, dan perlokusi tindak tutur advisoris *selebgram* yang muncul dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*.
- 3) Penganalisisan data. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis berdasarkan metode yang telah direncanakan yaitu dengan analisis deskriptif kualitatif.
- 4) Penyimpulan hasil penelitian. Penyimpulan hasil penelitian didasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Hasil analisis data disimpulkan pada bagian penutup penelitian.

c. Tahap Penyelesaian

Tahap penyelesaian dilakukan setelah tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Tahap penyelesaian ini meliputi:

- 1) Penyusunan laporan penelitian. Penyusunan laporan penelitian ini dimaksudkan untuk mengomunikasikan se jelas mungkin tujuan dan hasil penelitian yang telah dicapai dalam bentuk tulisan. Penyusunan laporan dalam penelitian ini disusun sesuai dengan pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan pihak Universitas Jember.
- 2) Perevisian laporan penelitian. Revisi dilakukan apabila ditemukan kesalahan dan kekurangan pada saat laporan diuji oleh tim penguji.
- 3) Penyusunan jurnal penelitian. Penyusunan jurnal penelitian ini terkait dengan penelitian yang berhasil dilakukan.
- 4) Penggandaan laporan penelitian. Penggandaan laporan penelitian dilakukan setelah ujian. Laporan Penelitian digandakan sesuai dengan kebutuhan.

## BAB 5. PENUTUP

Pada bab ini dipaparkan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian Tindak Tutur Direktif Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*. Kesimpulan dan saran dipaparkan sebagai berikut.

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Tindak Tutur Direktif Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

- 1) Wujud tindak tutur yang ditemukan dari tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* yaitu: (1) tindak tutur direktif advisoris menyarankan; (2) tindak tutur direktif advisoris memperingatkan; dan (3) tindak tutur direktif advisoris mendorong. Dalam penelitian ini, wujud tindak tutur advisoris yang paling sering muncul ialah tindak tutur advisoris menyarankan. Hal ini disebabkan oleh fungsi iklan yang menginformasikan tentang ciri dan keunggulan produk serta kegunaannya, sehingga *selebgram* sebagai penutur menyampaikan pesan dengan menyarankan hal-hal tersebut kepada mitra tutur lebih dominan daripada jenis tindak tutur advisoris yang lain.
- 2) Strategi yang ditemukan dari tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* untuk mengadvisoris mitra tuturnya yaitu: (1) strategi tindak tutur langsung harfiah; (2) strategi tindak tutur tak langsung harfiah; dan (3) strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah. Dalam penelitian ini, strategi tindak tutur advisoris yang sering muncul ialah strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan *selebgram* sebagai penutur lebih sering menggunakan strategi pengekspresian langsung harfiah agar kejelasan pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh mitra tutur.
- 3) Perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram* ditemukan 6 perlokusi yaitu: (1)

perlokusi positif ucapan terimakasih; (2) perlokusi positif ungkapan persetujuan; (3) perlokusi positif ungkapan pertanyaan; (4) perlokusi positif ungkapan meminta; (5) perlokusi positif ungkapan deklaratif; dan (6) perlokusi negatif merasa jengkel. Dalam penelitian ini, berdasarkan keenam perlokusi yang timbul dari sisi mitra tutur kemunculannya seimbang, tidak ada yang lebih sering muncul ataupun sebaliknya. Hal ini disebabkan keputusan dalam memberi tanggapan terhadap pesan yang disampaikan penutur berada sepenuhnya di tangan penutur.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

- 1) Bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, berbagai wujud tindak tutur direktif advisoris, strategi tindak tutur direktif advisoris, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris yang telah dihasilkan dalam penelitian ini dapat disarankan sebagai bahan diskusi pada mata kuliah Pragmatik dengan materi tindak tutur.
- 2) Bagi guru Bahasa Indonesia, hasil penelitian ini dapat disarankan sebagai bahan referensi pengayaan materi pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pada materi penulisan teks iklan SMP/MTs kelas VIII semester 1 Kompetensi Dasar 4.4 Menyajikan gagasan pesan dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya yang sebidang ilmu, penelitian ini hanya mengkaji dari segi wujud, strategi, dan perlokusi tindak tutur direktif advisoris *selebrgram* dalam iklan produk kecantikan di media sosial *Instagram*. Oleh karena itu, penelitian ini disarankan dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lain yang sejenis dengan bahasan yang lebih luas dan mendalam pada aspek-aspek penelitian tindak tutur pada beberapa objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andianto, Mujiman Rus. 2013. *Pragmatik: Direktif dan Kesantunan Berbahasa*. Yogyakarta: Gress Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atmoko, Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cummings, Louise. 2007. *Pragmatik: Sebuah Perspektif Multidisipliner*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djajasudarma, T Fatimah. 1999. *Semantik 2: Pemahaman Ilmu Makna*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Fitria, Rima. 2018. *Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beli Perlengkapan Wanita Di Daring Instagram*. Tidak dipublikasikan. Skripsi. Jember: FKIP UNEJ.
- Kompas.COM. 2018. *Pengguna Aktif Instagram Tembus 1 Miliar*. [online] <https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar> [diakses 18 Desember 2018].
- Kompas.COM. 2017. *Fenomena Selebgram Saat Endorsement Jadi Bisnis Raksasa Menggiurkan*. [online] <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/01/17/09042701/fenomena.selebgram.saata.endorsement.jadi.bisnis.raksasa.menggiurkan> [diakses 18 Desember 2018].
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Lubis, A. Hamid Hasan. 1991. *Analisis Wacana Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Mahsun. 2006. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Maulana, Rizki Ayu. 2018. *Tindak Tutur Advisoris Mamah Dedeh dalam Peristiwa Tutur Ceramah "Mamah Dan Aa Beraksi" Di Indosiar*. Tidak dipublikasikan. Skripsi. Jember: FKIP UNEJ.

- Miles, Matthew dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, Lexy J. 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nadar, F.X. 2009. *Pragmatik & Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurbaya, dkk. 2010. *Buku Ajar Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian (MPK): Bahasa Indonesia*. Palembang: Unit Pengembangan Teknis-MPK Universitas Sriwijaya.
- Presidentpost. 2018. *Media Sosial Instagram Kian Digemari Masyarakat*. [online] <https://presidentpost.id/2018/08/07/media-sosial-instagram-kian-digemari-masyarakat/> [diakses 15 Desember 2018].
- Rustono. 1999. *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: CV IKIP Semarang Press.
- Sari, Ratna Rafita. 2016. *Tindak Tutur Direktif Requirement Guru dalam Kegiatan Pembelajaran di TK Muslimat NU 56 Kesilir Kecamatan Wuluhan*. Tidak dipublikasikan. Skripsi. Jember: FKIP UNEJ.
- Sumarlam, dkk. 2004. *Analisis Wacana: Iklan, Lagu, Puisi, Cerpen, Novel, Drama*. Bandung: Pakar Raya.
- Suwito. 1983. *Pengantar Awal Sociolinguistik Teori dan Problema*. Surakarta: UNS Press.
- Tarigan, Henry Guntur. 1986. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Wibowo, Ita Ayu Mandasari. 2014. *Tindak Advisoris Guru dalam Pembelajaran Bimbingan Konseling di SMP Negeri 1 Candipuro*. Tidak dipublikasikan. Artikel Ilmiah. Jember: FKIP UNEJ.
- Widoyoko, Eko Putro. 2013. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yule, George. 2006. *Pragmatik*. (Terjemahan Indah Fajar Wahyuni). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

LAMPIRAN

LAMPIRAN A. MATRIKS PENELITIAN

Judul	Rumusan Masalah	Metodologi Penelitian					
		Rancangan dan Jenis Penelitian	Data dan Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data	Instrumen Penelitian	Prosedur Penelitian
Tindak Tutur Direktif Advisoris <i>Selebgram</i> dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial <i>Instagram</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Bagaimanakah wujud tindak tutur direktif advisoris <i>selebgram</i> dalam iklan produk kecantikan di media sosial <i>Instagram</i>?</li> <li>2) Bagaimanakah strategi tindak tutur direktif advisoris <i>selebgram</i> dalam iklan produk kecantikan di media sosial <i>Instagram</i>?</li> <li>3) Bagaimanakah perlokusi tindak tutur direktif advisoris <i>selebgram</i> dalam iklan produk kecantikan di media sosial <i>Instagram</i>?</li> </ol>	<p>Rancangan penelitian: penelitian pragmatik</p> <p>Jenis penelitian: Penelitian kualitatif</p>	<p>Data: Segmen tutur dalam bentuk tertulis dapat berwujud kata, frasa, dan kalimat pada percakapan beserta konteksnya.</p> <p>Sumber data: Dokumen peristiwa tutur yang berasal dari tayangan video iklan produk kecantikan berisi percakapan partisipan tutur (<i>selebgram</i>) yang terdapat pada media sosial <i>Instagram</i>.</p>	Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik dokumentasi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Reduksi data</li> <li>2) Penyajian data</li> <li>3) Penarikan kesimpulan</li> </ol>	<p>Instrumen pengumpul data:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Instrumen utama: Peneliti</li> <li>b) Instrumen pendukung:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Telepon seluler/ponsel</li> <li>2. Laptop</li> <li>3. Aplikasi pengunduh video untuk <i>Instagram</i></li> <li>4. Tabel pengumpulan data</li> </ol> </li> </ol> <p>Instrumen analisis data:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Instrumen utama: Peneliti</li> <li>b) Instrumen pendukung:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tabel analisis data</li> <li>2. Teori-teori terkait</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Tahap persiapan</li> <li>2) Tahap pelaksanaan</li> <li>3) Tahap penyelesaian</li> </ol>



## LAMPIRAN B. INSTRUMEN PEMANDU PENGUMPUL DATA TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS *SELEBGRAM*

No.	Segmen Tutar	Kode Data	Keterangan
1.	“Nah, jadi loe mendingan minum ini aja nih yang biasa gue minum, <i>fiber drink</i> dari @ <i>miracle.blossom_cnr</i> bisa menurunkan 3 sampai 10kg dalam waktu 10 hari lho dan ini aman banget karena udah ada BPOMnya.”	(TTDAdvMyr1)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Menyarankan
2.	“Yaelah, gitu doang mah masalah kecil. <b>Nih gue kasih tahu ke loe ya solusinya ada <i>body cream shaping solution</i></b> . (sembari menunjukkan produknya dengan nada bicara yang melandai dan jelas sambil menatapnya) Ini tuh bagus banget bisa ngecilin tangan loe yang bergelambir, perut loe, sama betis loe. Nah dia itu cepet banget, kayak cuma hitungan jam sama hari.	(TTDAdvMyr2)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Menyarankan
3.	“ <b>Nih mendingan pakai aja nih</b> (dengan nada jelas dan melandai sembari menyodorkan produknya). Gampang dipakai cuma tinggal masukin enggak perlu repot-repot, nyangkut-nyangkut!”	(TTDAdvMyr3)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Menyarankan
4.	“Nah bagi kalian yang mau nafsu makannya bertambah banyak langsung aja diorder <i>smart weightnya</i> dan ini juga udah aman banget loh. <b>Loe kan kerempeng banget nih, mendingan loe order deh sekarang, ya?</b> ”	(TTDAdvMyr4)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Menyarankan
5.	“ <b>Nah kalau kayak gitu aku punya rahasianya, mendingan kamu pakai aja nih <i>super grow up</i> dari @<i>supergrowupofficial</i></b> . (sembari menyodorkan produk dengan nada agak lembut sambil menatapnya) Nah jadi kamu enggak perlu takut, karena ini bisa ninggiin badan kamu dari umur 15 sampai 35 tahun.”	(TTDAdvMyr5)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Menyarankan
6.	“ <b>Nih kalau mau kurus minum ini, bisa turunin berat badan loe dalam waktu 10 hari, 3 sampai 10 kg</b> (sembari menyodorkan produk).”	(TTDAdvMyr6)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Menyarankan
7.	“ <b>Nih gue rekomendasiin yang paling ampuh buat bikin <i>body</i> loe kurus dalam waktu singkat, nih produk <i>CR Double</i> dari @<i>ReginaCnr</i></b> . Bener-bener bagus banget, dipakai secara teratur.”	(TTDAdvMyr7)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Menyarankan
8.	“ <b>Buru-buru tapi keahambat perut loe yang gede? Nih, gue rekomandisiin ke lo <i>YK Slimming Oil</i></b> . (sembari menunjukkan produk).”	(TTDAdvMyr8)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Menyarankan
9.	“ <b>Terus kalau mau bedain asli atau enggak, nih lihat <i>barcodenya</i> oke!</b> ”	(TTDAdvMprgt 9)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Memperingatkan
10.	“ <b>Ini tuh kaya banyak palsunya jadi loe belinya harus hati-hati banget!</b> ”	(TTDAdvMprgt 10)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Memperingatkan
11.	“ <b>Kamu tuh kenapa sih harus pendek?</b> (dengan nada ketus dan kesal) Aku kan pengen punya cowo yang tinggi!”	(TTDAdvMdrgr 11)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Mendorong
12.	“ <b>Di @<i>perapigigi.super</i>, udah tuh lepas aja! Mendingan beli disini aja, oke!</b> (dengan nada agak tegas dan jelas)”	(TTDAdvMdrgr 12)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Mendorong
13.	“ <b>Nih loe pakai minyak oles khusus jerawat dari @<i>dokter_jerawat</i>. Langsung aja loe pakai nih yah! Loe pakai sekarang!</b> (dengan nada agak tegas dan jelas)”	(TTDAdvMdrgr 13)	Tindak Tutar Direktif Advisoris Mendorong

14.	<b>“Th sumpah loe cobain punya gue deh! (dengan nada jelas dan ekspresi meyakinkan) Jadi ini tuh gue kaya pakai ini setiap hari. Ini bukan foundation sih ini kaya bedak gitu tapi ini bedak foundation dan ini bagus banget, ver 88.”</b>	(TTDAdvMdr 14)	Tindak Tuter Direktif Advisoris Mendorong
15.	<b>“Nih, gue kasih gratis dulu deh! Cobain! (sembari menunjukkan produk dengan bernada agak tegas dan jelas)”</b>	(TTDAdvMdr 15)	Tindak Tuter Direktif Advisoris Mendorong
16.	<b>“Ya Allah Kimmy!! Itu bulu kaki apa bulu ketek orang utan? (dituturkan celetuk dan ketus dengan nada tinggi dan kesal) Apa-apaan kau? Udah udah udah, mendingan sekarang daripada kaki loe kayak gitu, loe pakai ini aja nih smart hair removal machine dari @myhairstore!”</b>	(TTDAdvMdr 16)	Tindak Tuter Direktif Advisoris Mendorong
17.	<b>“Itu perut apa kual panci? (dituturkan dengan celetuk dan ketus serta nada yang agak kesal).”</b>	(TTDAdvMdr 17)	Tindak Tuter Direktif Advisoris Mendorong
18.	<b>“Nah, jadi loe mendingan minum ini aja nih yang biasa gue minum (sembari menunjukkan produknya dengan nada agak lembut sambil menatapnya).”</b>	(STTLH18)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
19.	<b>“Yaelah, gitu doang mah masalah kecil. Nih gue kasih tahu ke loe ya solusinya ada <i>body cream shaping solution</i> (sembari menunjukkan produknya dengan nada bicara yang melandai dan jelas sambil menatapnya) Ini tuh bagus banget bisa ngecilin tangan loe yang bergelambir, perut loe, sama betis loe. Nah dia itu cepet banget, kayak cuma hitungan jam sama hari.”</b>	(STTLH19)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
20.	<b>“Nih mendingan pakai aja nih (dengan nada jelas dan melandai sembari menyodorkan produknya). Gampang dipakai cuma tinggal masukin enggak perlu repot-repot, nyangkut-nyangkut!”</b>	(STTLH20)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
21.	<b>“Nah bagi kalian yang mau nafsu makannya bertambah banyak langsung aja diorder <i>smart weightnya</i> dan ini juga udah aman banget loh. Loe kan kerempeng banget nih, mendingan loe order deh sekarang, ya?”</b>	(STTLH21)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
22.	<b>“Nah kalau kayak gitu aku punya rahasianya, mendingan kamu pakai aja nih <i>super grow up</i> dari @supergrowupofficial (sembari menyodorkan produk dengan bernada agak lembut sambil menatapnya). Nah jadi kamu enggak perlu takut, karena ini bisa ninggiin badan kamu dari umur 15 sampai 35 tahun.”</b>	(STTLH22)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
23.	<b>“Nih kalau mau kurus minum ini, bisa turunin berat badan loe dalam waktu 10 hari, 3 sampai 10 kg (sembari menyodorkan produk).”</b>	(STTLH23)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
24.	<b>“Buru-buru tapi kehambat perut loe yang gede? Nih, gue rekomandisiin ke lo <i>YK Slimming Oil</i>. (sembari menunjukkan produk)”</b>	(STTLH24)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
25.	<b>“Nih loe pakai minyak oles khusus jerawat dari @dokter_jerawat. Langsung aja loe pakai nih yah! Loe pakai sekarang!”</b>	(STTLH25)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
26.	<b>“Nih, gue kasih gratis dulu deh! Cobain! (sembari menunjukkan produk)”</b>	(STTLH26)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
27.	<b>“Di @perapigigi.super, udah tuh lepas aja! Mendingan beli disini aja, oke! (dengan nada agak tegas dan jelas)”</b>	(STTLH27)	Strategi Tindak Tuter Langsung Harfiah
28.	<b>“Kamu tuh kenapa sih harus pendek! Aku kan pengen punya cowo yang tinggi!”</b>	(STTLH28)	Strategi Tindak Tuter Tak Langsung Harfiah
29.	<b>“Ya Allah Kimmy!! Itu bulu kaki apa bulu ketek orang utan? (dituturkan celetuk dan ketus</b>	(STTLH29)	Strategi Tindak Tuter Tak

	dengan nada tinggi dan kesal) Apa-apaan kau? Udah udah udah, mendingan sekarang daripada kaki loe kayak gitu, loe pakai ini aja nih <i>smart hair removal machine</i> dari @myhairstore!”		Langsung Tak Harfiah
30.	“ <b>Itu perut apa kualo panci?</b> (dituturkan dengan celetuk dan ketus serta nada yang agak kesal).”	(STTTLTH30)	Strategi Tindak Tutar Tak Langsung Tak Harfiah
31.	“ <b>Thank you!</b> (dengan nada santai dan senyum sumringah)”	(PPUTrmksh31)	Perlokusi positif ucapan terima kasih
32.	“ <b>Thank you, ya!</b> (menoleh dan terkejut) kemana? Pakai aja lah. Wah, udah enggak nempel lagi!”	(PPUTrmksh32)	Perlokusi positif ucapan terima kasih
33.	“ <b>Yang, lihat deh sekarang aku udah tinggian loh berkat obat yang kamu kasih!</b> (dengan nada kegirangan)”	(PPUPrstjn33)	Perlokusi positif ungkapan persetujuan
34.	“ <b>Wah gila, Rin. Berkat loe beneran ini obat beneran jago banget. Muka gue mulus banget sekarang!</b> ”	(PPUPrstjn34)	Perlokusi positif ungkapan persetujuan
35.	“ <b>Waow, beli dimana btw?</b> ”	(PPUPrty35)	Perlokusi positif ungkapan pertanyaan
36.	“ <b>Iya iya iya, mau ah, mau! Dimana, dimana ordernya dimana?</b> (dengan nada yang jelas dan antusias)”	(PPUPrty36)	Perlokusi positif ungkapan pertanyaan
37.	“ <b>Bagi dong Mak, eike?</b> ”	(PPUMta37)	Perlokusi positif ungkapan meminta
38.	“ <b>Buat gue ya?</b> (kemudian kabur dengan membawa produknya).”	(PPUMta38)	Perlokusi positif ungkapan meminta
39.	“ <b>Gue mau dong, Saf?</b> (dengan nada penuh harap)”	(PPUMta39)	Perlokusi positif ungkapan meminta
40.	“ <b>Pernah sih sering, tapi gue belum pernah nyoba.</b> ”	(PPUDek40)	Perlokusi positif ungkapan deklaratif
41.	“ <b>Selama ini nih aku tuh udah berusaha!</b> Aku berusaha olahraga, aku minum susu yang banyak, sampai berenang 2000 putaran, tapi tetep enggak tinggi-tinggi juga!”	(PPNMJk141)	Perlokusi negatif merasa jengkel

## LAMPIRAN C. INSTRUMEN ANALISIS DATA WUJUD TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS *SELEBGRAM*

No.	Kode	Segmen Tutar	Konteks	Wujud Tindak Tutar Advisoris	Interpretasi Data
1.	TTAdvMyr1	“Nah, jadi loe <b>mendingan</b> minum ini aja nih yang biasa gue minum (sembari menunjukkan produknya dengan nada agak lembut sambil menatapnya).”	Pada segmen tutur (1), tindak tutur menyampaikan saran dituturkan oleh Awkarin (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Kimmy (mitra tutur) seusai melihat baju yang dipinjamnya robek karena perutnya yang membuncit. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu dan dalam situasi pergaulan sehingga penutur menyarankan produk kepada mitra tutur dengan nada agak lembut sambil menatapnya.	Tindak tutur direktif advisoris menyarankan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (1) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang dilakukan oleh penutur agar mitra tutur mengonsumsi produk minuman fiber drink dari akun @miracle.blossom_cnr. Tuturan persuasif tersebut bermaksud untuk memberikan suatu kebenaran pendapat atau saran kepada mitra tutur untuk memperbaiki diri (dari segi fisik) menjadi lebih baik atau menarik dengan cara mengonsumsi produk kecantikan berjenis minuman penurunan berat badan fiber drink dari akun @miracle.blossom_cnr yang ditandai dengan tuturan “Nah, jadi loe mendingan minum ini aja nih yang biasa gue minum” agar memiliki berat badan yang ideal. Hal ini juga didukung oleh pernyataan penutur dengan mengatakan bahwa produk ini juga dikonsumsi oleh penutur dan bisa menurunkan berat badan yang berlebih 3 sampai 10 kg dalam waktu 10 hari tanpa khawatir ada efek samping karena sudah terdaftar BPOM.
2.	TTAdvMyr2	“Yaelah, gitu doang mah masalah kecil. Nih gue kasih tahu ke loe ya <b>solusinya</b> ada <i>body cream shaping solution</i> . (sembari menunjukkan produknya dengan nada bicara yang melandai dan jelas sambil menatapnya) Ini tuh bagus banget bisa ngecilin tangan loe yang bergelambir, perut loe, sama betis loe.”	Pada segmen tutur (2), tindak tutur menyampaikan saran dituturkan oleh Cindy (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Ratu (sebagai mitra tutur) dengan nada bicara yang melandai dan jelas sambil menatapnya. Peristiwa tutur terjadi di beranda rumah ketika penutur sedang duduk santai dan kemudian mitra	Tindak tutur direktif advisoris menyarankan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (2) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang dilakukan oleh penutur kepada mitra tutur. Suatu pendapat yang disarankan Cindy (sebagai penutur) kepada Ratu (sebagai mitra tutur) adalah agar Ratu menggunakan produk kecantikan berjenis <i>lotion</i> pembakar lemak yang tujuannya agar mitra tutur memperbaiki diri (dari segi fisik). Tuturan persuasif tersebut dipicu karena Ratu mengeluh akibat badannya yang tidak sebugas badan Cindy.

		Nah dia itu cepet banget, kayak cuma hitungan jam sama hari.”	tutur datang dengan mengeluhkan badannya yang penuh lemak.		
3.	TTAdvMyr3	“Nih <b>mendingan</b> pakai aja nih (dengan nada jelas dan melandai sembari menyodorkan produknya). Gampang dipakai cuma tinggal masukin enggak perlu repot-repot, nyangkut-nyangkut!”	Pada segmen tutur (3), tindak tutur menyampaikan saran dengan santai bernada jelas dan melandai oleh Isnaini (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Lutfi (sebagai mitra tutur). Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu ketika penutur melihat mitra tutur sedang melakukan sesuatu terhadap giginya yang kemudian dilarang oleh penutur.	Tindak tutur direktif advisoris menyarankan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (3) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang dilakukan Isnaini (sebagai penutur) kepada Lutfi (sebagai mitra tutur). Tuturan persuasif tersebut dipicu karena Lutfi yang menggunakan behel melakukan sesuatu terhadap giginya yaitu menyongkel sisa makanan terselip dengan menggunakan kunci motor dan kemudian dilarang oleh Isnaini. Suatu pendapat yang disarankan Isnaini kepada Lutfi melalui tuturannya adalah menggunakan sebuah produk kecantikan berjenis karet <i>polyurethane</i> yang fungsinya merapikan gigi.
4.	TTAdvMyr4	“Nah bagi kalian yang mau nafsu makannya bertambah banyak langsung aja diorder <i>smart weightnya</i> dan ini juga udah aman banget loh. Loe kan kerempeng banget nih, <b>mendingan</b> loe order deh sekarang, ya?”	Pada segmen tutur (4), tindak tutur menyampaikan saran dilakukan Safira (sebagai penutur) kepada mitra tutur karena memiliki badan yang kurang berisi atau teramat kurus. Peristiwa tutur terjadi saat Safira sedang makan dengan lahap di ruang tamu, dituturkan dengan nada lembut dan jelas serta sikap antusias penutur.	Tindak tutur direktif advisoris menyarankan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (4) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang dilakukan Safira (sebagai penutur) kepada mitra tutur. Tuturan persuasif tersebut dipicu ketika penutur makan dengan lahap di ruang tamu dan mitra tutur menanyakan hal tersebut. Suatu pendapat yang disarankan penutur kepada mitra tutur adalah agar mengonsumsi produk kecantikan berjenis suplemen penambah nafsu makan karena mitra tutur memiliki tubuh yang teramat kurus.
5.	TTAdvMyr5	“Nah kalau kayak gitu aku punya rahasianya, <b>mendingan</b> kamu pakai aja nih <i>super grow up</i> dari <i>@supergrowupofficial</i> . (sembari menyodorkan produk dengan nada agak lembut sambil menatapnya) Nah jadi kamu enggak perlu takut,	Pada segmen tutur (5), tindak tutur menyampaikan saran dituturkan Anya (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Oki (sebagai mitra tutur) sesaat setelah Oki mengeluh tentang tinggi badannya yang tidak ideal. Peristiwa tutur terjadi di beranda	Tindak tutur direktif advisoris menyarankan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (5) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang dilakukan Anya (sebagai penutur) kepada Oki (sebagai mitra tutur). Tuturan persuasif tersebut dipicu sesuai Oki mengeluh tentang segala upaya yang telah dilakukannya untuk membuat tinggi badannya ideal. Sebuah kebenaran pendapat yang disarankan Anya adalah agar Oki mengonsumsi produk kecantikan

		karena ini bisa ninggiin badan kamu dari umur 15 sampai 35 tahun.”	rumah. Tuturan disampaikan dengan bernada agak lembut sambil menatap mitra tutur.		berjenis suplemen peninggi badan.
6.	TTAdvMyr6	“Nih <b>kalau mau</b> kurus minum ini, bisa turunin berat badan loe dalam waktu 10 hari, 3 sampai 10 kg (sembari menyodorkan produk).”	Pada segmen tutur (6), tindak tutur menyampaikan saran dituturkan Safira (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Lutfi (sebagai mitra tutur) ketika Lutfi dengan susah payah berolahraga dan meminta bantuan kepada Safira. Penutur menyatakan dengan penuh percaya diri dan meyakinkan bahwa produk tersebut bisa menurunkan berat badan 3 sampai 10kg dalam waktu 10 hari. Peristiwa tutur terjadi di beranda rumah. Tuturan tersebut dituturkan dengan nada pelan dan jelas serta sikap antusias penutur.	Tindak tutur direktif advisoris menyarankan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (6) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang dilakukan Safira (sebagai penutur) kepada Lutfi (sebagai mitra tutur). Tuturan persuasif tersebut dipicu ketika mitra tutur dengan susah payah berolahraga dan meminta bantuan kepada penutur. Suatu kebenaran pendapat yang disarankan oleh penutur kepada mitra tutur adalah mengonsumsi produk kecantikan berjenis minuman penurun berat badan.
7.	TTAdvMyr7	“Nih gue <b>rekomendasiin</b> yang paling ampuh buat bikin <i>body</i> loe kurus dalam waktu singkat, nih produk <i>CR Double</i> dari @ReginaCnr. Bener-bener bagus banget, dipakai secara teratur.”	Pada segmen tutur (7), tindak tutur yang bermaksud menyarankan mitra tutur mengonsumsi sebuah produk kecantikan berjenis obat kapsul dengan menggunakan nada agak lembut dan jelas. Penutur menyatakan dengan penuh percaya diri dan meyakinkan mitra tutur bahwa produk tersebut bisa menurunkan berat badan dalam waktu singkat. Peristiwa tutur terjadi di halaman depan sebuah apartemen.	Tindak tutur direktif advisoris menyarankan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (7) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang dilakukan Awkarin (sebagai penutur) kepada Kimmy (sebagai mitra tutur). Tuturan persuasif tersebut dipicu ketika penutur menemui Kimmy dan Safira untuk bercerita tentang kekasih barunya, namun Kimmy mengeluh karena lelaki yang disukainya justru menyukai Safira karena Kimmy memiliki badan yang gemuk padahal Kimmy sudah sering berolahraga. Suatu kebenaran pendapat yang disarankan oleh penutur kepada mitra tutur adalah agar mitra tutur mengonsumsi produk kecantikan berjenis obat kapsul penurun berat badan agar memiliki berat badan yang ideal.
8.	TTAdvMyr8	“Buru-buru tapi keahambat	Pada segmen tutur (08),	Tindak tutur	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada

		perut loe yang gede? Nih, gue <b>rekomandisiin</b> ke loe <i>YK Slimming Oil</i> (sembari menunjukkan produk).”	tindak tutur menyampaikan pesan berupa saran dituturkan Awakrin (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Lutfi (mitra tutur) di mobil sesaat sebelum mitra tutur hendak berangkat kerja kemudian mitra tutur kesulitan dalam memakai sabuk pengaman karena terhambat perutnya yang membuncit. Tuturan disampaikan dengan bernada pelan dan jelas.	direktif advisoris menyarankan	segmen tutur (8) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang dilakukan Awakrin (sebagai penutur) kepada Lutfi (sebagai mitra tutur). Tuturan persuasif tersebut dipicu ketika mitra tutur kesulitan dalam memakai sabuk pengaman karena terhambat perutnya yang membuncit. Suatu kebenaran pendapat yang disarankan oleh penutur kepada mitra tutur adalah agar mitra tutur menggunakan produk kecantikan berjenis minyak oles pembakar lemak agar perutnya tidak membuncit lagi.
9.	TTAdvMprgt9	“Terus kalau mau bedain asli atau enggak, nih <b>lihat barcodenya</b> oke!”	Pada segmen tutur (9), tindak tutur memperingatkan dilakukan oleh penutur kepada mitra tutur agar memeriksa keaslian produk dengan cara melihat <i>barcode</i> yang tertera pada produk untuk menghindari pembelian barang palsu atau tiruan. Penutur menyatakan dengan nada agak lembut, jelas, dan harap. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu.	Tindak tutur direktif advisoris memperingatkan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (9) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris memperingatkan yang dilakukan oleh Isnaini (sebagai penutur) kepada Lutfi (sebagai mitra tutur). Suatu kebenaran pendapat yang dituturkan penutur agar diingat serta disadari mitra tutur adalah pentingnya memeriksa keaslian produk kecantikan berjenis karet <i>polyurethane</i> yang fungsinya merapikan gigi dengan cara melihat <i>barcode</i> yang tertera pada produk agar tidak tertipu.
10.	TTAdvMprgt10	“Ini tuh kaya banyak palsunya jadi loe belinya harus <b>hati-hati</b> banget!”	Pada segmen tutur (10), tindak tutur memperingatkan dilakukan oleh Sarah (sebagai penutur) kepada Nanda (sebagai mitra tutur) agar berhati-hati ketika hendak membeli produk kecantikan berjenis bedak <i>foundation</i> yang disarankan penutur karena produk tersebut sudah banyak dijual bebas dalam bentuk barang palsu atau tiruan. Penutur	Tindak tutur direktif advisoris memperingatkan	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (10) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris memperingatkan yang dilakukan oleh Sarah (sebagai penutur) kepada Nanda (sebagai mitra tutur). Suatu kebenaran pendapat yang dituturkan penutur agar diingat serta disadari mitra tutur adalah kewaspadaan penggunaan produk kecantikan karena banyak produk palsu terjual bebas.

			menyatakan dengan nada agak lembut dan jelas. Peristiwa tutur terjadi di ruang toilet ketika mitra tutur hendak berdandan.		
11.	TTAdvMdr11	“Kamu tuh kenapa sih harus pendek? (dengan nada ketus dan kesal) Aku kan <b>pingin</b> punya cowo yang tinggi!”	Pada segmen tutur (11), tindak tutur mendorong atau mendesak dituturkan oleh Anya kepada Oki yang memiliki tinggi badan tidak ideal. Peristiwa tutur terjadi di beranda rumah di tepi kolam renang, dituturkan dengan nada ketus dan agak kesal.	Tindak tutur direktif advisoris mendorong	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (11) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris mendorong yang dilakukan oleh Anya (sebagai penutur) kepada Oki (sebagai mitra tutur). Suatu dorongan yang dituturkan penutur agar dilakukan mitra tutur adalah anjuran keras agar memiliki badan yang tinggi.
12.	TTAdvMdr12	“Di @perapigigi.super, <b>udah tuh lepas aja!</b> Mendingan beli disini aja, oke! (dengan nada agak tegas dan jelas)”	Pada segmen tutur (12), tindak tutur mendorong atau mendesak dituturkan oleh Isnaini kepada Lutfi agar melepas behelnya dan beralih menggunakan produk kecantikan berjenis karet <i>polyurethane</i> yang fungsinya juga merapikan gigi. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu ketika penutur melihat mitra tutur sedang melakukan sesuatu terhadap giginya yang kemudian dilarang oleh penutur, dituturkan dengan bernada agak tegas dan jelas.	Tindak tutur direktif advisoris mendorong	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (12) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris mendorong yang dilakukan oleh Isnaini (sebagai penutur) kepada Lutfi (sebagai mitra tutur). Penutur mendesak atau mendorong mitra tutur untuk beralih menggunakan produk kecantikan berjenis karet <i>polyurethane</i> yang fungsinya juga merapikan gigi daripada menggunakan behel karena dianggap menyusahkan.
13.	TTAdvMdr13	“Nih loe pakai minyak oles khusus jerawat dari @dokter_jerawat. Langsung aja loe pakai nih yah! <b>Loe pakai sekarang!</b> (dengan nada agak tegas dan jelas)”	Pada segmen tutur (13), tindak tutur mendorong atau mendesak dituturkan oleh Awkarin kepada Cindy agar mitra tutur menggunakan produk kecantikan berjenis minyak oles untuk jerawat, yang dituturkan penutur	Tindak tutur direktif advisoris mendorong	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (13) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris mendorong yang dilakukan oleh Awkarin (sebagai penutur) kepada Cindy (sebagai mitra tutur). Suatu dorongan yang dituturkan penutur agar dilakukan mitra tutur adalah anjuran keras untuk segera menggunakan produk kecantikan



			dengan nada agak tegas dan jelas. Penutur menyatakan kepada mitra tutur agar segera digunakan produk tersebut. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu ketika mitra tutur menangis dan ditemani oleh kawannya.		berjenis minyak oles jerawat.
14.	TTAdvMdrgr14	“Ih <b>sumpah</b> loe cobain punya gue deh! (dengan nada jelas dan ekspresi meyakinkan) Jadi ini tuh gue kaya pakai ini setiap hari. Ini bukan <i>foundation</i> sih ini kaya bedak gitu tapi ini bedak <i>foundation</i> dan ini bagus banget, ver 88.”	Pada segmen tutur (14), tindak tutur menyampaikan pesan berupa dorongan dituturkan oleh Sarah yang terlihat kurang senang dengan produk yang digunakan Nanda agar menggunakan produk kecantikan berjenis bedak <i>foundation</i> yang juga digunakan oleh penutur. Tuturan disampaikan dengan bernada pelan, jelas, dan meyakinkan. Peristiwa tutur terjadi di toilet ketika mitra tutur hendak berdandan.	Tindak tutur direktif advisoris mendorong	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (14) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris mendorong yang dilakukan oleh Sarah (sebagai penutur) kepada Nanda (sebagai mitra tutur). Suatu dorongan yang dituturkan penutur agar dilakukan mitra tutur adalah anjuran keras untuk menggunakan produk kecantikan berjenis bedak <i>foundation</i> .
15.	TTAdvMdrgr15	“Nih, gue kasih gratis dulu deh! <b>Cobain!</b> (sembari menunjukkan produk dengan bernada agak tegas dan jelas)”	Pada segmen tutur (15), tindak tutur menyampaikan pesan berupa dorongan dituturkan penutur kepada mitra tutur di mobil sesaat sebelum mitra tutur hendak berangkat kerja agar menggunakan sebuah produk kecantikan berjenis <i>lotion</i> pembakar lemak ketika mitra tutur kesulitan dalam memakai sabuk pengaman karena terhambat perutnya yang membuncit. Tuturan disampaikan dengan bernada agak tegak dan	Tindak tutur direktif advisoris mendorong	Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada data (15) di atas diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris mendorong yang dilakukan oleh Awkarin (sebagai penutur) kepada Lutfi (sebagai mitra tutur). Suatu dorongan yang dituturkan penutur agar dilakukan mitra tutur adalah segera menggunakan produk kecantikan berjenis <i>lotion</i> pembakar lemak.

			jasas.		
16.	TTAdvMdrgr16	<p><b>“Ya Allah Kimmy!! Itu bulu kaki apa bulu ketek orang utan?</b> (dituturkan celetuk dan ketus dengan nada tinggi dan kesal) Apa-apaan kau? Udah udah udah, mendingan sekarang daripada kaki loe kayak gitu, loe pakai ini aja nih <i>smart hair removal machine</i> dari @myhairstore!”</p>	<p>Pada segmen tutur (16), tindak tutur menyampaikan dorongan atau desakan tersebut diekspresikan secara tidak langsung dengan bertindak tutur bertanya. Hal itu disebabkan penutur (Awkarin) tidak senang melihat bulu kaki yang ada pada betis mitra tutur (Kimmy) yang dianggap tidak indah dipandang karena lebat. Peristiwa tutur terjadi di studio film saat mitra tutur hendak melakukan sesi pengambilan gambar. Dituturkan secara celetuk dan ketus dengan nada tinggi dan kesal.</p>	<p>Tindak tutur direktif advisoris mendorong</p>	<p>Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (16) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris mendorong yang dilakukan oleh Awkarin (sebagai penutur) kepada Kimmy (sebagai mitra tutur). Suatu dorongan yang dituturkan penutur agar dilakukan mitra tutur adalah anjuran keras untuk segera menggunakan produk kecantikan berjenis alat pencukur bulu kaki yaitu <i>smart hair removal machine</i>.</p>
17.	TTAdvMdrgr17	<p><b>“Itu perut apa kualipanci?</b> (dituturkan dengan celetuk dan ketus serta nada yang agak kesal).”</p>	<p>Pada segmen tutur (17), tindak tutur yang bermaksud menyampaikan dorongan atau desakan tersebut diekspresikan secara tidak langsung dengan bertindak tutur bertanya. Hal itu disebabkan penutur (Awkarin) tidak senang melihat perut mitra tutur (Kimmy) yang membuncit sehingga membuat baju penutur robek. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu, dituturkan dengan celetuk dan ketus serta nada yang agak kesal.</p>	<p>Tindak tutur direktif advisoris mendorong</p>	<p>Wujud tindak tutur yang bercetak tebal pada segmen tutur (17) tersebut diindikasikan sebagai tindak tutur direktif advisoris mendorong yang dilakukan oleh Awkarin (sebagai penutur) kepada Kimmy (sebagai mitra tutur). Suatu dorongan yang dituturkan penutur agar dilakukan mitra tutur adalah anjuran keras untuk upaya penurunan berat badan.</p>

## LAMPIRAN D. INSTRUMEN ANALISIS DATA STRATEGI TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS *SELEBGRAM*

No.	Kode	Segmen Tutar	Konteks	Strategi Tindak Tutar Advisoris	Interpretasi Data
1.	STTLH18	“ <b>Nah, jadi loe mendingan minum ini aja nih yang biasa gue minum</b> (sembari menunjukkan produknya dengan nada agak lembut sambil menatapnya).”	Pada segmen tutur (18), tindak tutur menyampaikan saran dituturkan oleh Awkarin (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Kimmy (mitra tutur) seusai melihat baju yang dipinjamnya robek karena perutnya yang membuncit. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu dan dalam situasi pergaulan sehingga penutur menyarankan produk kepada mitra tutur dengan nada agak lembut sambil menatapnya.	Strategi tindak tutur langsung harfiah	Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (18) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan segmen tutur tersebut dituturkan secara langsung oleh penutur sebagai tuturan yang menyatakan saran, pendapat atau usulan (tindak tutur direktif advisoris menyarankan) dan dikatakan harfiah sebab tuturan tersebut memiliki maksud sama seperti yang dituturkan atau tidak mengalami pergeseran maksud dari tuturannya.
2.	STTLH19	“Yaelah, gitu doang mah masalah kecil. <b>Nih gue kasih tahu ke loe ya solusinya ada body cream shaping solution</b> (sembari menunjukkan produknya dengan nada bicara yang melandai dan jelas sambil menatapnya) Ini tuh bagus banget bisa ngecilin tangan loe yang bergelambir, perut loe, sama betis loe. Nah dia itu cepet banget, kayak cuma hitungan jam sama hari.”	Pada segmen tutur (19), tindak tutur menyampaikan saran dituturkan oleh Cindy (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Ratu (sebagai mitra tutur) dengan nada bicara yang melandai dan jelas sambil menatapnya. Peristiwa tutur terjadi di beranda rumah ketika penutur sedang duduk santai dan kemudian mitra tutur datang dengan mengeluhkan badannya yang penuh lemak.	Strategi tindak tutur langsung harfiah	Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (19) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan saran, usulan atau pendapat (tindak tutur direktif advisoris menyarankan) dan diindikasikan harfiah sebab kalimat yang disusun dalam segmen tutur sesuai dengan makna leksikal atau tidak ada maksud lain dalam tuturan, selain itu tuturan tersebut tidak menggunakan kalimat ungkapan.
3.	STTLH20	<b>Nih mendingan pakai aja nih</b> (dengan nada jelas dan melandai sembari	Pada segmen tutur (20), tindak tutur menyampaikan saran dengan santai bernada	Strategi tindak tutur langsung harfiah	Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (20) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini

		menyodorkan produknya). Gampang dipakai cuma tinggal masukin enggak perlu repot-repot, nyangkut-nyangkut!	jas dan melandai oleh Isnaini (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Lutfi (sebagai mitra tutur). Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu ketika penutur melihat mitra tutur sedang melakukan sesuatu terhadap giginya yang kemudian dilarang oleh penutur.		disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan saran, usulan atau pendapat (tindak tutur direktif advisoris menyarankan) Penanda yang menunjukkan indikasi tindak tutur advisoris menyarankan yaitu, ditemukannya kata <i>mendingan</i> yang secara implisit menunjukkan maksud menyarankan. Kata <i>mendingan</i> memiliki makna <i>akan menjadi lebih baik</i> jika yang disarankan itu dilakukan. Sedangkan dikatakan harfiah sebab tuturan yang disampaikan sesuai dengan situasi saat dituturkan dan kalimat yang digunakan dalam segmen tutur sesuai dengan makna leksikal.
4.	STTLH21	“Nah bagi kalian yang mau nafsu makannya bertambah banyak langsung aja diorder <i>smart weightnya</i> dan ini juga udah aman banget loh. <b>Loe kan kerempeng banget nih, mendingan loe order deh sekarang, ya?</b> ”	Pada segmen tutur (21), tindak tutur menyampaikan saran dilakukan Safira (sebagai penutur) kepada mitra tutur karena memiliki badan yang kurang berisi atau teramat kurus. Peristiwa tutur terjadi saat Safira sedang makan dengan lahap di ruang tamu, dituturkan dengan nada lembut dan jelas serta sikap antusias penutur.	Strategi tindak tutur langsung harfiah	Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (21) di atas diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan saran, usulan atau pendapat (tindak tutur direktif advisoris menyarankan). Penanda yang menunjukkan indikasi tindak tutur advisoris menyarankan yaitu, ditemukannya kata <i>mendingan</i> yang secara implisit menunjukkan maksud menyarankan. Sedangkan dikatakan harfiah sebab penutur menyampaikan tuturannya sesuai dengan situasi saat dituturkan tanpa ada maksud lain, yaitu <i>Loe kan kerempeng banget nih, mendingan loe order deh sekarang, ya?</i> Tuturan tersebut disampaikan dengan jelas sehingga tidak menimbulkan maksud ganda. Dengan demikian terlihat bahwa cara yang ditempuh penutur itu merupakan realisasi pengekspresian strategi tindak tutur langsung harfiah.
5.	STTLH22	“ <b>Nah kalau kayak gitu aku punya rahasianya, mendingan kamu pakai aja nih <i>super grow up</i> dari @<i>supergrowupofficial</i>.</b> (sembari menyodorkan	Pada segmen tutur (22), tindak tutur menyampaikan saran dituturkan Anya (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Oki (sebagai mitra tutur) sesaat	Strategi tindak tutur langsung harfiah	Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (22) di atas diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan saran, usulan atau pendapat (tindak tutur direktif advisoris

		<p>produk dengan nada agak lembut sambil menatapnya) Nah jadi kamu enggak perlu takut, karena ini bisa ninggiin badan kamu dari umur 15 sampai 35 tahun.”</p>	<p>setelah Oki mengeluh tentang tinggi badannya yang tidak ideal. Peristiwa tutur terjadi di beranda rumah. Tuturan disampaikan dengan bernada agak lembut sambil menatap mitra tutur.</p>		<p>menyarankan) serta tidak ada maksud lain dari tuturannya. Penanda yang menunjukkan indikasi tindak tutur advisoris menyarankan yaitu, ditemukannya kata <i>mendingan</i> yang secara implisit menunjukkan maksud menyarankan. Tuturan tersebut juga menggunakan kalimat perintah yang sesuai dengan maksud tuturannya yaitu penutur (Anya) menyuruh mitra tutur (Oki) untuk mengonsumsi produk kecantikan berjenis obat peninggi badan bukan produk lainnya sehingga tuturan tersebut jelas dan tidak menimbulkan maksud ganda. Dengan demikian terlihat bahwa cara yang ditempuh penutur itu merupakan realisasi pengekspresian strategi tindak tutur langsung harfiah.</p>
6.	STTLH23	<p><b>“Nih kalau mau kurus minum ini, bisa turunin berat badan loe dalam waktu 10 hari, 3 sampai 10 kg</b> (sembari menyodorkan produk).”</p>	<p>Pada segmen tutur (23), tindak tutur menyampaikan saran dituturkan Safira (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Lutfi (sebagai mitra tutur) ketika Lutfi dengan susah payah berolahraga dan meminta bantuan kepada Safira. Penutur menyatakan dengan penuh percaya diri dan meyakinkan bahwa produk tersebut bisa menurunkan berat badan 3 sampai 10kg dalam waktu 10 hari. Peristiwa tutur terjadi di beranda rumah. Tuturan tersebut dituturkan dengan nada pelan dan jelas serta sikap antusias penutur.</p>	<p>Strategi tindak tutur langsung harfiah</p>	<p>Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (23) di atas diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung berdasarkan situasi sebagai tuturan yang menyatakan saran, usulan atau pendapat (tindak tutur direktif advisoris menyarankan). Tuturan tersebut menggunakan kalimat perintah yang sesuai dengan maksud tuturan, ditandai dengan <i>Nih kalau mau kurus minum ini</i> sehingga maksud tuturannya adalah memerintah mitra tutur untuk mengonsumsi produk kecantikan berjenis minuman penurun berat badan dan tidak ada maksud lain di dalam tuturan. Tutura tersebut harfiah karena makna tuturannya sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya. Dengan demikian jelas menunjukkan bahwa cara menyampaikan saran oleh penutur dalam tindak tutur advisoris <i>selebgram</i> pada segmen tutur tersebut merupakan realisasi pengekspresian strategi yang menggunakan tindak tutur langsung harfiah.</p>
7.	STTLH24	<p><b>“Buru-buru tapi kehambat perut loe yang gede? Nih, gue rekomandisiin ke lo</b></p>	<p>Pada segmen tutur (24), tindak tutur menyampaikan pesan berupa saran</p>	<p>Strategi tindak tutur langsung harfiah</p>	<p>Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (24) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini</p>

		<p><i>YK Slimming Oil</i> (sembari menunjukkan produk).”</p>	<p>dituturkan Awakrin (sebagai penutur) seorang <i>selebgram</i> kepada Lutfi (mitra tutur) di mobil sesaat sebelum mitra tutur hendak berangkat kerja kemudian mitra tutur kesulitan dalam memakai sabuk pengaman karena terhambat perutnya yang membuncit. Tuturan disampaikan dengan bernada pelan dan jelas.</p>		<p>disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan saran, usulan atau pendapat (tindak tutur direktif <i>advisoris</i> menyarankan). Selain itu tuturan tersebut memiliki maksud sama seperti yang dituturkan atau tidak ada maksud lain dari tuturannya. Penanda penggunaan kalimat yang menyatakan saran ditemukan dalam tuturan, <i>Nih, gue rekomandisiin ke lo YK Slimming Oil</i>. Dalam hal ini, penutur tidak memiliki maksud lain dalam tuturannya selain memberikan saran kepada mitra tutur karena sesuai dengan maksud tuturannya yaitu penutur (Awakrin) merekomendasikan mitra tutur (Lutfi) tentang sebuah produk kecantikan. sehingga tuturan tersebut diindikasikan harfiah sebab makna tuturannya sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya. Dengan demikian jelas menunjukkan bahwa cara menyampaikan saran oleh penutur dalam tindak tutur <i>advisoris</i> <i>selebgram</i> pada segmen tutur tersebut merupakan realisasi pengepresian strategi yang menggunakan tindak tutur langsung harfiah.</p>
8.	STTLH25	<p>“Nih loe pakai minyak oles khusus jerawat dari @dokter_jerawat. <b>Langsung aja loe pakai nih yah! Loe pakai sekarang!”</b></p>	<p>Pada segmen tutur (25), tindak tutur mendorong atau mendesak dituturkan oleh Awkarin kepada Cindy agar mitra tutur menggunakan produk kecantikan berjenis minyak oles untuk jerawat, yang dituturkan penutur dengan nada agak tegas dan jelas. Penutur menyatakan kepada mitra tutur agar segera digunakan produk tersebut. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu ketika mitra tutur menangis dan ditemani oleh kawannya.</p>	Strategi tindak tutur langsung harfiah	<p>Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (25) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan desakan atau dorongan (tindak tutur direktif <i>advisoris</i> mendorong) tanpa ada maksud lain. Penanda yang menunjukkan desakan atau dorongan yaitu pada kalimat <i>Loe pakai sekarang!</i> Tuturan tersebut harfiah karena makna tuturannya sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya serta sesuai dengan situasi saat tutur itu disampaikan yaitu sebagai teman yang peduli penutur mendesak atau mendorong mitra tutur untuk menggunakan produk kecantikan karena wajah mitra tutur sedang berjerawat parah. Dalam hal ini, penutur tidak</p>

					memiliki maksud lain dalam tuturannya selain memberikan dorongan kepada mitra tutur dan hal itu sesuai dengan maksud tuturannya. Dengan demikian jelas menunjukkan bahwa cara menyampaikan saran oleh penutur dalam tindak tutur <i>advisoris selebgram</i> pada segmen tutur tersebut merupakan realisasi pengekspresian strategi yang menggunakan tindak tutur langsung harfiah.
9.	STTLH26	“Nih, gue kasih gratis dulu deh! Cobain! (sembari menunjukkan produk)”	Pada segmen tutur (26), tindak tutur menyampaikan pesan berupa dorongan dituturkan penutur kepada mitra tutur di mobil sesaat sebelum mitra tutur hendak berangkat kerja agar menggunakan sebuah produk kecantikan berjenis <i>lotion</i> pembakar lemak ketika mitra tutur kesulitan dalam memakai sabuk pengaman karena terhambat perutnya yang membuncit. Tutaran disampaikan dengan bernada agak tegak dan jelas.	Strategi tindak tutur langsung harfiah	Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (26) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan desakan atau dorongan (tindak tutur direktif <i>advisoris</i> mendorong). Penanda yang menunjukkan desakan atau dorongan yaitu kalimat, <i>Cobain!</i> Tuturan tersebut harfiah karena makna tuturannya sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya serta sesuai dengan situasi saat tuturan itu disampaikan yaitu sebagai seorang <i>selebgram</i> penutur memiliki wewenang mendesak atau mendorong mitra tutur untuk menggunakan produk kecantikan untuk mengecilkan perutnya yang membuncit. Dalam hal ini, penutur tidak memiliki maksud lain dalam tuturannya selain memberikan dorongan kepada mitra tutur dan hal itu sesuai dengan maksud tuturannya. Dengan demikian jelas menunjukkan bahwa cara menyampaikan saran oleh penutur dalam tindak tutur <i>advisoris selebgram</i> pada segmen tutur tersebut merupakan realisasi pengekspresian strategi yang menggunakan tindak tutur langsung harfiah.
10.	STTLH27	“Di @perapigigi.super. Udah tuh lepas aja! Mendingan beli disini aja, oke!”	Pada segmen tutur (27), tindak tutur mendorong atau mendesak dituturkan oleh Isnaini kepada Lutfi agar melepas behelnya dan beralih menggunakan	Strategi tindak tutur langsung harfiah	Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (27) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan saran, usulan atau pendapat (tindak tutur direktif

			<p>produk kecantikan berjenis karet <i>polyurethane</i> yang fungsinya juga merapikan gigi. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu ketika penutur melihat mitra tutur sedang melakukan sesuatu terhadap giginya yang kemudian dilarang oleh penutur, dituturkan dengan bernada agak tegas dan jelas.</p>		<p>advisoris menyarankan). Penanda yang menunjukkan indikasi tindak tutur advisoris menyarankan yaitu ditemukannya kata <i>mendingan</i> yang berarti <i>lebih baik</i>, penggunaan kata <i>mendingan</i> memiliki makna akan <i>menjadi lebih baik</i> dari sebelumnya jika sesuatu yang disarankan itu dilakukan. Tuturan tersebut harfiah karena makna tuturannya sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya serta sesuai dengan situasi saat tuturan itu disampaikan yaitu sebagai teman yang peduli penutur menyarankan mitra tutur untuk beralih menggunakan produk kecantikan berjenis karet <i>polyurethane</i> yang fungsinya sama seperti behel yaitu merapikan gigi. Dengan demikian jelas menunjukkan bahwa cara menyampaikan saran oleh penutur dalam tindak tutur advisoris <i>selebrgram</i> pada segmen tutur tersebut merupakan realisasi pengepresian strategi yang menggunakan tindak tutur langsung harfiah.</p>
11.	STTLH28	<p>“Kamu tuh kenapa sih harus pendek? (dengan nada ketus dan kesal) <b>Aku kan pengen punya cowo yang tinggi!</b>”</p>	<p>Pada segmen tutur (28), tindak tutur mendorong atau mendesak dituturkan oleh Anya kepada Oki yang memiliki tinggi badan tidak ideal. Peristiwa tutur terjadi di beranda rumah di tepi kolam renang, dituturkan dengan nada ketus dan agak kesal.</p>	<p>Strategi tindak tutur langsung harfiah</p>	<p>Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (28) di tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan tersebut disampaikan secara langsung sebagai tuturan yang menyatakan saran, usulan atau pendapat (tindak tutur direktif advisoris mendorong). Penanda yang menunjukkan indikasi tindak tutur advisoris mendorong yaitu ditemukannya kata <i>pengin</i> yang berarti <i>menginginkan sesuatu</i>. Tuturan tersebut bermaksud memberikan anjuran keras terhadap mitra tutur untuk berupaya membuat tinggi badannya ideal dan hal itu diindikasikan harfiah sebab sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya serta dengan situasi saat tuturan itu disampaikan</p>
12.	STTLH29	<p>“<b>Kamu tuh kenapa sih harus pendek?</b> (dengan nada ketus dan kesal) Aku kan pengen punya cowo</p>	<p>Pada segmen tutur (29), tindak tutur mendorong atau mendesak dituturkan oleh Anya kepada Oki yang</p>	<p>Strategi tindak tutur tak langsung harfiah</p>	<p>Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (29) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur tak langsung harfiah. Hal ini disebabkan tuturan pada segmen tutur tersebut</p>



		yang tinggi!”	memiliki tinggi badan tidak ideal. Peristiwa tutur terjadi di beranda rumah di tepi kolam renang, dituturkan dengan nada ketus dan agak kesal.		diekspresikan secara tidak langsung dengan bertindak tutur bertanya atau modus pertanyaan yang menyatakan dorongan, desakan, atau anjuran keras (tindak tutur direktif advisoris mendorong). Selain menggunakan tindak tutur bertanya, tuturan tersebut juga menggunakan kalimat berita. Penanda yang menunjukkan indikasi tindak tutur advisoris mendorong yaitu, <i>kamu tuh kenapa sih harus pendek?</i> yang secara implisit menunjukkan maksud desakan atau dorongan terhadap mitra tutur. Tuturan tersebut bermaksud memberikan anjuran keras terhadap mitra tutur untuk berupaya membuat tinggi badannya ideal dan hal itu diindikasikan harfiah sebab susunan kalimat yang terdapat pada segmen tutur sesuai dengan makna tuturannya
12.	STTTLTH30	“ <b>Ya Allah Kimmy!! Itu bulu kaki apa bulu ketek orang utan?</b> (dituturkan celetuk dan ketus dengan nada tinggi dan kesal) Apa-apaan kau? Udah udah udah, mendingan sekarang daripada kaki loe kayak gitu, loe pakai ini aja nih <i>smart hair removal machine</i> dari <i>@myhairstore!</i> ”	Pada segmen tutur (30), tindak tutur menyampaikan dorongan atau desakan tersebut diekspresikan secara tidak langsung dengan bertindak tutur bertanya. Hal itu disebabkan penutur (Awkarin) tidak senang melihat bulu kaki yang ada pada betis mitra tutur (Kimmy) yang dianggap tidak indah dipandang karena lebat. Peristiwa tutur terjadi di studio film saat mitra tutur hendak melakukan sesi pengambilan gambar. Dituturkan secara celetuk dan ketus dengan nada tinggi dan kesal.	Strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah	Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (30) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah. Hal ini disebabkan tuturan pada segmen tutur tersebut diekspresikan secara tidak langsung dengan bertindak tutur bertanya atau modus pertanyaan yang menyatakan dorongan, desakan, atau anjuran keras (tindak tutur direktif advisoris mendorong). Maksud tuturan sebenarnya adalah kalimat perintah kepada mitra tutur untuk mencukur bulu kaki yang terdapat di betisnya. Tuturan tersebut tidak harfiah karena makna tuturannya tidak sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya, tuturan tersebut juga menggunakan kalimat sarkasme yaitu, <i>Itu bulu kaki apa bulu ketek orang utan?</i> Namun sebenarnya tuturan tersebut tidak benar-benar menghina mitra tutur tetapi hanya ingin mendesak mitra tutur untuk melakukan sesuatu terhadap kakinya, yaitu dengan mencukur bulu kaki. Dengan demikian, jelas menunjukkan bahwa cara yang ditempuh dalam menyampaikan desakan atau dorongan dalam tindak tutur advisoris mendorong <i>selebgram</i>

					pada segmen tutur tersebut merupakan strategi yang menggunakan tindak tutur tak langsung tak harfiah.
13.	STTTLTH31	<p><b>“Itu perut apa kualii panci?”</b> (dituturkan dengan celetuk dan ketus serta nada yang agak kesal).”</p>	<p>Pada segmen tutur (31), tindak tutur yang bermaksud menyampaikan dorongan atau desakan tersebut diekspresikan secara tidak langsung dengan bertindak tutur bertanya. Hal itu disebabkan penutur (Awkarin) tidak senang melihat perut mitra tutur (Kimmy) yang membuncit sehingga membuat baju penutur robek. Peristiwa tutur terjadi di ruang tamu, dituturkan dengan celetuk dan ketus serta nada yang agak kesal.</p>	<p>Strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah</p>	<p>Tuturan yang bercetak tebal pada segmen tutur (31) tersebut diindikasikan sebagai strategi tindak tutur tak langsung tak harfiah. Hal ini disebabkan tuturan pada segmen tutur tersebut diekspresikan secara tidak langsung dengan bertindak tutur bertanya atau modus pertanyaan yang menyatakan dorongan, desakan, atau anjuran keras (tindak tutur direktif advisoris mendorong). Maksud tuturan sebenarnya adalah kalimat perintah yang ditujukan kepada mitra tutur untuk mengecilkan perutnya yang membuncit agar memiliki berat badan yang ideal. Tuturan tersebut tidak harfiah karena makna tuturannya tidak sesuai dengan kata-kata yang menyusunnya, tuturan tersebut juga menggunakan kalimat sarkasme yaitu, <i>Itu perut apa kualii panci</i> Namun sebenarnya tuturan tersebut tidak benar-benar menghina mitra tutur tetapi hanya ingin mendesak mitra tutur untuk mengecilkan perutnya yang membuncit, yaitu dengan cara mengonsumsi produk kecantikan yang disarankan penutur. Dengan demikian, jelas menunjukkan bahwa cara yang ditempuh dalam menyampaikan desakan atau dorongan dalam tindak tutur advisoris mendorong <i>selebgram</i> pada segmen tutur tersebut merupakan strategi yang menggunakan tindak tutur tak langsung tak harfiah.</p>

## LAMPIRAN E. INSTRUMEN ANALISIS DATA PERLOKUSI TINDAK TUTUR DIREKTIF ADVISORIS *SELEBGRAM*

No.	Kode	Segmen Tutar	Konteks	Perlokusi Tindak Tutur Advisoris	Interpretasi Data
1.	PPUTrmksh32	<i>“Thank you!</i> (dengan nada santai dan senyum sumringah)”	Pada segmen tutur 32, dituturkan oleh mitra tutur (Nanda) kepada penutur (Sarah) pada saat hendak berdandan. Tuturan terjadi di toilet dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisoris memperingatkan yang disampaikan Sarah kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi berdiri saling berhadapan ketika penutur memberikan produknya, dituturkan dengan nada santai dan senyum sumringah.	Perlokusi positif ucapan terima kasih	Segmen tutur (32) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif dari mitra tutur (Nanda) berupa perlokusi positif ucapan terima kasih yang muncul akibat tuturan direktif advisoris memperingatkan yang disampaikan penutur (Sarah). Perlokusi ucapan terima kasih ditandai dengan tuturan mitra tutur yang menggunakan bahasa Inggris <i>Thank you!</i> yang artinya terima kasih. Tuturan tersebut dituturkan secara langsung dengan tersenyum dan melakukan kontak mata. Gestur kecil ini menambah ketulusan besar dalam ucapan ‘terima kasih’ sebagai timbal balik atas tuturan kebaikan berisi penyampaian peringatan yang telah mitra tutur terima.
2.	PPUTrmksh33	<i>“Thank you, ya!</i> (menoleh dan terkejut) kemana? Pakai aja lah. Wah, udah enggak nempel lagi!”	Pada segmen tutur 33, dituturkan oleh mitra tutur (Lutfi) kepada penutur (Awkarin) ketika dirinya hendak berangkat kerja. Tuturan terjadi di mobil dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisoris mendorong yang disampaikan Awkarin kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi	Perlokusi positif ucapan terima kasih	Segmen tutur (33) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif dari mitra tutur (Lutfi) berupa perlokusi positif ucapan terima kasih yang muncul akibat tuturan direktif advisoris mendorong yang disampaikan penutur (Awkarin). Perlokusi positif ucapan terima kasih ditandai dengan tuturan, <i>Thank you, ya!</i> Tuturan tersebut disampaikan dengan menggunakan bahasa Inggris yang artinya terima kasih. Sama seperti data (31), pada data (32) perlokusi positif ucapan terima kasih disampaikan sebagai tanda syukur mitra tutur atas sesuatu yang telah penutur lakukan yaitu memberikan tuturan kebaikan berisi

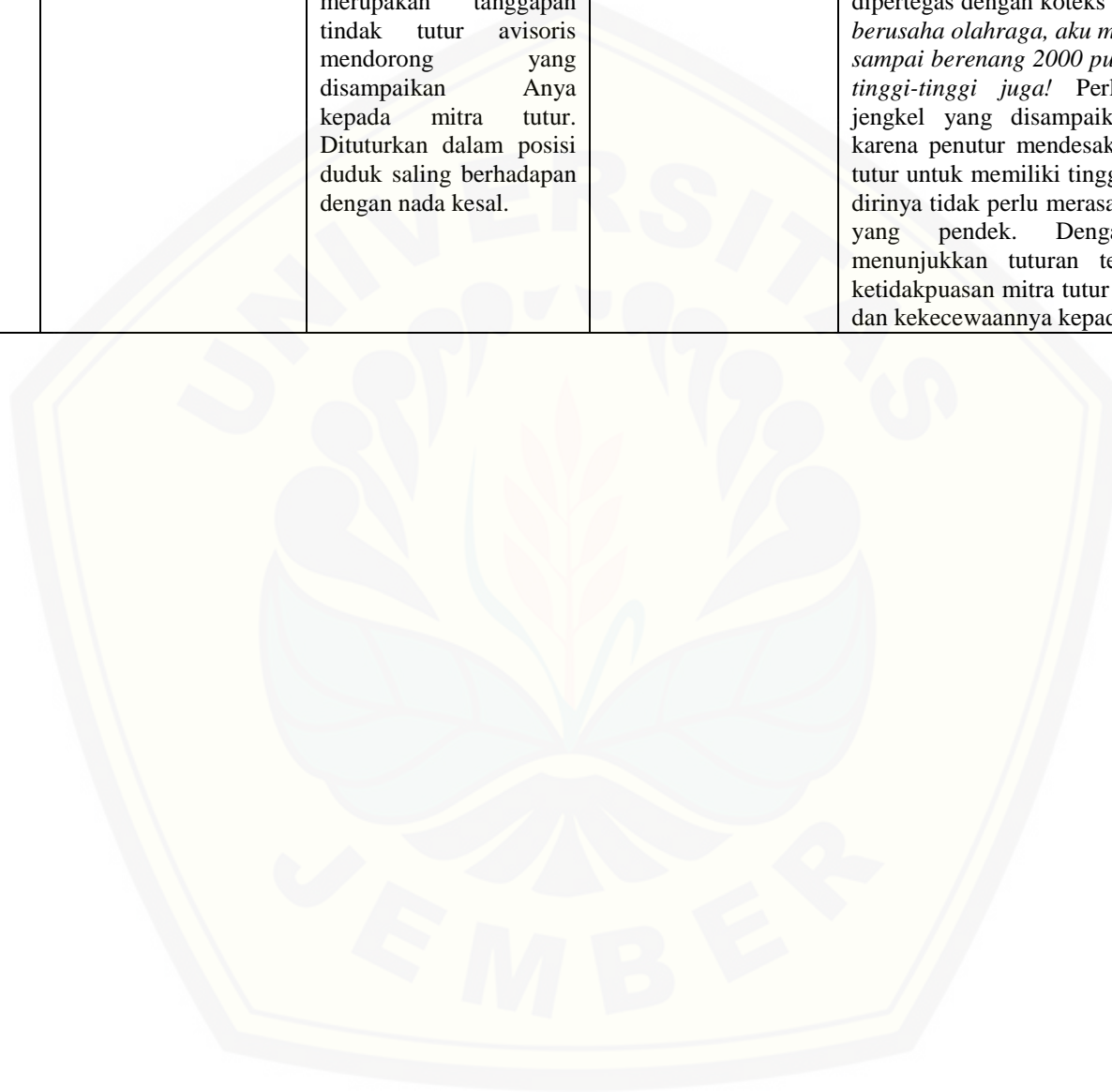
			duduk menoleh ke arah mitra tutur dengan nada santai dan senyum.		dorongan atau desakan dengan sifat yang positif.
3.	PPUPrstjn34	<b>“Yang, lihat deh sekarang aku udah tinggian loh berkat obat yang kamu kasih!</b> (dengan nada kegirangan)”	Pada segmen tutur 34, dituturkan oleh mitra tutur (Oki) kepada penutur Anya ketika dirinya memberitahu tentang tinggi badannya yang bertambah. Tuturan terjadi di beranda rumah dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisoris menyarankan yang disampaikan Anya kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi berdiri sambil memeluk penutur dan dituturkan dengan nada kegirangan.	Perlokusi positif ungkapan persetujuan	Segmen tutur (34) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif yang muncul dari mitra tutur akibat tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang disampaikan penutur. Perlokusi positif ungkapan persetujuan ditandai dengan tuturan, <i>Yang, lihat deh sekarang aku udah tinggian loh berkat obat yang kamu kasih!</i> Tuturan tersebut secara implisit menunjukkan keberpihakan mitra tutur atas saran atau pendapat penutur yang menyatakan bahwa produk kecantikan yang disarankan dapat meninggikan badan dari umur 15 sampai 35 tahun, pernyataan tersebut ditandai dengan tuturan, <i>Nah jadi kamu enggak perlu takut, karena ini bisa ninggiin badan kamu dari umur 15 sampai 35 tahun.</i> Tuturan tersebut memberi keyakinan kepada mitra tutur tentang keunggulan produk.
4.	PPUPrstjn35	<b>“Wah gila, Rin. Berkat loe beneran ini obat beneran jago banget. Muka gue mulus banget sekarang!”</b>	Pada segmen tutur 35, dituturkan oleh mitra tutur (Cindy) kepada penutur (Awkarin) pada saat dirinya mengaku mendapatkan hasil yang memuaskan ketika menggunakan produk kecantikan yang disarankan penutur. Tuturan terjadi di ruang tamu dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisoris mendorong yang disampaikan Awkarin kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi duduk dan dengan nada	Perlokusi positif ungkapan persetujuan	Segmen tutur (35) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif yang muncul dari mitra tutur (Cindy) akibat tindak tutur direktif advisoris mendorong yang disampaikan penutur (Awkarin). Perlokusi positif ungkapan persetujuan ditandai dengan tuturan, <i>Wah gila, Rin. Berkat loe beneran ini obat beneran jago banget. Muka gue mulus banget sekarang!</i> Tuturan tersebut menyatakan secara langsung bahwa mitra tutur setuju dengan dorongan atau desakan dari penutur. Hal ini disebabkan maksud utama dari tuturan yang disampaikan penutur ialah agar supaya mitra tutur menyetujui apa yang dirinya tuturkan.

			santai serta ekspresi meyakinkan.		
5.	PPUPrty36	<b>“Waow, beli dimana btw?”</b>	Pada segmen tutur 36, dituturkan oleh mitra tutur (Ratu) kepada penutur (Cindy) pada saat menanyakan dimana tempat membeli produk kecantikan tersebut. Tuturan terjadi di beranda rumah dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisoris menyarankan yang disampaikan Cindy kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi duduk dan saling berhadapan dengan nada bertanya.	Perlokusi positif ungkapan pertanyaan	Segmen tutur (36) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif dari mitra tutur (Ratu) akibat tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang disampaikan penutur (Cindy). Perlokusi positif ungkapan pertanyaan ditandai dengan tuturan <i>Waow, beli dimana btw?</i> Terdapat singkatan bahasa Inggris dalam tuturan yaitu BTW ( <i>By The Way</i> ) yang artinya ngomong-ngomong. Tuturan tersebut mengindikasikan tindak tutur bertanya yang secara implisit menunjukkan maksud ketertarikan mitra tutur terhadap produk yang disarankan penutur. Perlokusi positif ungkapan pertanyaan biasanya disampaikan dengan spontan oleh mitra tutur setelah melihat secara sekilas produk yang disarankan, sebab tuturan yang disampaikan penutur dapat membuat mitra tutur tersugesti untuk segera membeli produk yang disarankan, sehingga timbulah efek atau tanggapan yang mengandung pertanyaan-pertanyaan.
6.	PPUPrty37	<b>“Iya iya iya, mau ah, mau! Dimana, dimana ordernya dimana?”</b> (dengan nada yang jelas dan antusias)”	Pada segmen tutur 37, dituturkan oleh mitra tutur kepada penutur (Safira) pada saat dirinya menanyakan dimana bisa memesan produk kecantikan tersebut. Tuturan terjadi di ruang tamu dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisoris menyarankan yang disampaikan Safira kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi duduk menghadap penutur dengan nada bertanya dan antusias.	Perlokusi positif ungkapan pertanyaan	Segmen tutur (37) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif dari mitra tutur akibat tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang disampaikan penutur (Safira). Perlokusi positif ungkapan pertanyaan ditandai dengan tuturan <i>Iya iya iya, mau ah, mau! Dimana, dimana ordernya dimana?</i> Tuturan tersebut mengindikasikan tindak tutur bertanya yang dituturkan dengan nada jelas dan antusias, sehingga secara implisit menunjukkan maksud ketertarikan mitra tutur terhadap produk yang disarankan penutur. Perlokusi positif ungkapan pertanyaan diungkapkan dengan cepat oleh mitra tutur beberapa detik setelah penutur menyarankan produk. Hal ini membuktikan bahwa dalam mengungkapkan pertanyaan secara cepat, mitra tutur membutuhkan spontanitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pertanyaan

					yang disampaikan mitra tutur berdasarkan masukan atau saran yang dituturkan penutur kepada mitra tutur.
7.	PPUMta38	“ <b>Bagi dong Mak, eike?</b> ”	Pada segmen tutur 38, dituturkan oleh mitra tutur (Kimmy) kepada penutur (Awkarin) pada saat dirinya meminta produk kecantikan tersebut. Tuturan terjadi di ruang tamu dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisaris menyarankan yang disampaikan Awkarin kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi duduk saling berhadapan dengan nada meminta secara halus.	Perlokusi positif ungkapan meminta	Segmen tutur (38) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif dari mitra tutur (Kimmy) akibat tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang disampaikan penutur (Awkarin). Perlokusi positif ungkapan meminta yang disampaikan mitra tutur ditandai dalam tuturan, <i>Bagi dong Mak, eike?</i> (Bagi dong Mak, saya?) Tuturan tersebut menunjukkan hasil advisoris menyarankan diterima oleh mitra tutur. Penutur telah berhasil memersuasi mitra tutur untuk mengonsumsi produk minuman <i>fiber drink</i> yang disarankan penutur yaitu dengan cara meminta produk tersebut kepada penutur. Perlokusi positif ungkapan meminta yang dituturkan mitra tutur merupakan ungkapan kejiwaan dan ekspresi diri kepada penutur untuk meminta diberikan produk tersebut. Tuturan tersebut diikuti dengan sedikit merengsek dan merayu.
8.	PPUMta39	“ <b>Buat gue ya?</b> (kemudian kabur dengan membawa produknya).”	Pada segmen tutur 39, dituturkan oleh mitra tutur (Lutfi) kepada penutur (Isnaini) pada saat dirinya meminta produk kecantikan tersebut. Tuturan terjadi di ruang tamu dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisoris menyarankan yang disampaikan Isnaini kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi duduk saling berhadapan dengan nada meminta secara halus.	Perlokusi positif ungkapan meminta	Segmen tutur (39) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif dari mitra tutur (Lutfi) akibat tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang disampaikan penutur (Isnaini). Perlokusi positif ungkapan meminta yang disampaikan mitra tutur ditandai dalam tuturan, <i>Buat gue ya?</i> Tuturan tersebut menunjukkan bahwa mitra tutur tertarik dengan produk yang disarankan. Selain itu tuturan tersebut cenderung memilih bahasa pergaulan sehingga memilih kata kerja berupa kata kerja dasar tanpa adanya pelekatan imbuhan dalam tuturan permintaannya dan diekspresikan dengan mitra tutur yang kemudian kabur membawa produk.
9.	PPUMta40	“ <b>Gue mau dong, Saf?</b> ”	Pada segmen tutur 40,	Perlokusi positif	Segmen tutur (40) tersebut merupakan efek atau

		(dengan nada penuh harap)”	dituturkan oleh mitra tutur (Lutfi) kepada penutur (Safira) pada saat dirinya meminta produk kecantikan tersebut. Tuturan terjadi di beranda rumah dan merupakan tanggapan dari tindak tutur advisoris menyarankan yang disampaikan Safira kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi duduk di teras saling berhadapan dengan nada meminta secara halus.	ungkapan meminta	tanggapan langsung bersifat positif dari mitra tutur (Lutfi) akibat tindak tutur direktif advisoris menyarankan yang disampaikan penutur (Safira). Perlokusi positif ungkapan meminta yang disampaikan mitra tutur ditandai dalam tuturan, <i>Gue mau dong, Saf?</i> Tuturan tersebut menunjukkan ketertarikan mitra tutur terhadap produk kecantikan yang disarankan penutur yang diungkapkan melalui tuturan permintaannya. Perlokusi positif ungkapan permintaan merupakan ungkapan ekspresi keinginan mitra tutur untuk mendapatkan sesuatu yang diikuti dengan tindakan dan usaha meminta itu sendiri. Hal ini ternyata dapat mempengaruhi keputusan penutur (Safira). Penutur kemudian memberikan produk kecantikan tersebut kepada mitra tutur.
10.	PPUDek41	“ <b>Pernah sih sering, tapi gue belum pernah nyoba.</b> ”	Pada segmen tutur 41, dituturkan oleh mitra tutur (Nanda) kepada penutur (Sarah) pada saat hendak berbandan. Tuturan terjadi di toilet dan merupakan tanggapan tindak tutur advisoris mendorong yang disampaikan Sarah kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi berdiri saling berhadapan dengan nada datar dan netral.	Perlokusi positif ungkapan deklaratif	Segmen tutur (41) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung bersifat positif dari mitra tutur (Nanda) akibat tindak tutur direktif advisoris mendorong yang disampaikan penutur (Sarah). Perlokusi positif ungkapan deklaratif yang disampaikan mitra tutur ditandai dalam tuturan, <i>Pernah sih sering tapi gue belum pernah nyoba</i> Melalui tuturannya itu mitra tutur menunjukkan hubungan antara isi tuturan dengan kenyataan. Maksudnya, apa yang dituturkan oleh mitra tutur merupakan gambaran dari keadaan yang sebenarnya yaitu, walaupun mitra tutur seringkali mendengar tentang merek produk kecantikan <i>Ver88</i> yang disarankan penutur, mitra tutur belum pernah menggunakannya.
11.	PPNMJk142	“ <b>Selama ini nih aku tuh udah berusaha!</b> Aku berusaha olahraga, aku minum susu yang banyak, sampai berenang 2000 putaran, tapi tetep enggak tinggi-tinggi juga!”	Pada segmen tutur 42, dituturkan oleh mitra tutur (Oki) kepada penutur (Anya) pada saat dirinya mengaku sudah melakukan berbagai cara untuk membuat tinggi badannya bertambah. Tuturan terjadi di	Perlokusi negatif merasa jengkel	Segmen tutur (42) tersebut merupakan efek atau tanggapan langsung yang bersifat negatif dari mitra tutur (Oki) akibat tindak tutur direktif advisoris mendorong yang disampaikan penutur (Anya). Perlokusi negatif merasa jengkel yang disampaikan mitra tutur ditandai dalam tuturan, <i>Selama ini nih aku tuh udah berusaha!</i> Tuturan tersebut menunjukkan bahwa mitra tutur sudah banyak melakukan berbagai cara dan usaha agar

			<p>beranda rumah dan merupakan tanggapan tindak tutur avertisor mendorong yang disampaikan Anya kepada mitra tutur. Dituturkan dalam posisi duduk saling berhadapan dengan nada kesal.</p>		<p>memiliki tinggi badan yang ideal, hal itu dipertegas dengan koteks tuturan selanjutnya, <i>Aku berusaha olahraga, aku minum susu yang banyak, sampai berenang 2000 putaran, tapi tetap enggak tinggi-tinggi juga!</i> Perlokusi negatif merasa jengkel yang disampaikan mitra tutur dipicu karena penutur mendesak atau mendorong mitra tutur untuk memiliki tinggi badan yang ideal agar dirinya tidak perlu merasa malu memiliki kekasih yang pendek. Dengan demikian, jelas menunjukkan tuturan tersebut muncul akibat ketidakpuasan mitra tutur terhadap dirinya sendiri dan kekecewaannya kepada penutur.</p>
--	--	--	--	--	---





LAMPIRAN F. TRANSKRIPSI DATA IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

1. Iklan : Produk kecantikan berjenis minuman penurun berat badan produksi @*miracle.blossom\_cnr*  
 Penutur : Awkarin  
 Mitra Tutar : Kimmy  
 Tutaran :



- Awkarin : “Itu perut apa kualu panci?”  
 Kimmy : “Iya Mak, Kimmy bingung gimana sih cara ngecilinnya? Kimmy pengen banget kurus.”  
 Awkarin : “Secara kan ya loe enggak ada waktu buat olahraga ya cong, jadwal jadi banci kan padet ya cong? Nah, jadi loe mendingan minum ini aja nih yang biasa gue minum (sambil menunjukkan produknya). *Fiber drink* dari @*miracle.blossom\_cnr* bisa menurunkan 3 sampai 10kg dalam waktu 10 hari lho dan ini aman banget karena udah ada BPOMnya.”  
 Kimmy : “Bagi dong Mak, eike?”  
 Awkarin : “Yee, enak aja! Loe beli tuh di @*miracle.blossom\_cnr* *fiber drinknya*, ini punya gue!”

2. Iklan : Produk kecantikan berjenis *lotion* pembakar lemak produksi @*miracle.blossom\_cnr*  
 Penutur : Cindy  
 Mitra Tutar : Ratu  
 Tutaran :



Ratu : “Badan loe kok bagus banget sih, kesel deh!”  
 Cindy : “Eh loe kenapa? Kesurupan loe?”  
 Ratu : “Badan loe tuh bagus banget, lihat badan gue!”  
 Cindy : “Yaelah, gitu doang mah masalah kecil. Nih gue kasih tahu ke loe ya solusinya ada *body cream shaping solution*. (sembari menunjukkan produknya dengan nada bicara yang melandai dan jelas sambil menatapnya) Ini tuh bagus banget bisa ngecilin tangan loe yang bergelambir, perut loe, sama betis loe. Nah dia itu cepet banget, kayak cuma hitungan jam sama hari.”  
 Ratu : “Waow, beli dimana btw?”  
 Cindy : “Ini beli di @*miracle.blossom\_cnr*.”

3. Iklan : Produk kecantikan berjenis suplemen peninggi badan produksi @*supergrowupofficial*  
 Penutur : Anya  
 Mitra Tutar : Oki  
 Tutaran :



Anya : “Kamu tuh kenapa sih harus pendek? Aku kan pengen punya cowo yang tinggi! Aku capek kalau diketawa-ketawain mulu kalau sama kamu! Aku kan pengen punya cowo yang bisa nyium kening aku, terus kalau kamu segini aku cuma bisa nyium ketek gitu? (dengan ketus dan kesal)”  
 Oki : “Selama ini nih aku tuh udah berusaha, aku berusaha olahraga, aku minum susu yang banyak, sampai berenang 2000 putaran, tapi tetep enggak tinggi-tinggi juga!”  
 Anya : “Nah kalau kayak gitu aku punya rahasianya, mendingan kamu pakai aja nih *super grow up* dari @*supergrowupofficial*. (sembari menyodorkan produk dengan nada agak lembut sambil menatapnya) Nah jadi kamu enggak perlu takut, karena ini bisa ninggiin badan kamu dari umur 15 sampai 35 tahun. Udah gitu kalau misal kamu pakai kode promo aku, promonya itu “promo anya” kalian bisa dapat discount 40%, langsung yuk dikonsultasiin aja!”  
 Oki : “Yang, lihat deh sekarang aku udah tinggian loh berkat obat yang kamu kasih!”  
 Anya : “Yee, sekarang pacar aku tinggi, cium kening aku!”

4. Iklan : Produk kecantikan berjenis minuman penurun berat badan produksi @miracle.blossom\_cnr  
 Penutur : Safira  
 Mitra Tutar : Lutfi  
 Tutaran :



Lutfi : “Eh eh Saf, Saf! Heh!”  
 Safira : “Apaan sih?”  
 Lutfi : “Bantuin gue dong, loe duduk dikaki gue!”  
 Safira : “Loe ada-ada aja sih, ngapain sih?”  
 Lutfi : “Susah nih gue *sit up*. Loe kok minum coklat mulu tapi loe masih kurus aja sih Saf badannya?”  
 Safira : “Bilang dong dari tadi kalau loe mau kurus! Nih kalau mau kurus minum ini, bisa turunin berat badan loe dalam waktu 10 hari, 3 sampai 10 kg (sembari menyodorkan produk).”  
 Lutfi : “Ah, bohong loe!”  
 Safira : “Ih, ngapain juga? Minuman ini juga bisa mengobati dan mencegah penyakit kolesterol, liver, kanker, jantung, dll. Disini nih belinya, di @miracle.blossom\_cnr yang original!”  
 Lutfi : “Gue mau dong, Saf?”  
 Safira : “Yaudah deh, ambil-ambil. Nih sekalian minum sekarang juga nih! Gue mau cabut ya, mau baca majalah gue!”

5. Iklan : Produk kecantikan berjenis karet *polyurethane* produksi @perapigigi.super  
 Penutur : Isnaini  
 Mitra Tutar : Lutfi  
 Tutaran :



Isnaini : “Dih, kak Lutfi loe ngapain kunci motor ditaruh ke gigi?”  
 Lutfi : “Ini tuh banyak yang nyangkut di gigi gue.”  
 Isnaini : “Ih, lagian sih masih repot-repot pakai behel, zaman tuh sekarang udah canggih. Nih mendingan pakai aja nih, gampang dipakai cuma tinggal masukin enggak perlu repot-repot, nyangkut-nyangkut!”  
 Lutfi : “Belinya dimana tuh?”  
 Isnaini : “Di @perapigigi.super, udah tuh lepas aja mendingan beli disini aja, oke?”  
 Lutfi : “Ya juga sih.”  
 Isnaini : “Terus kalau mau bedain asli atau enggak, nih lihat *barcodenya* oke! Udah itu lepas aja biar enggak nyangkut-nyangkut biar enggak usah masukin ini, kalau ketahuan gimana?”  
 Lutfi : “Buat gue ya?” (kemudian kabur dengan membawa produknya).  
 Isnaini : (mengejar Lutfi).

6. Iklan : Produk kecantikan berjenis bedak *foundation* produksi @eightyeightid  
 Penutur : Sarah  
 Mitra Tutar : Nanda  
 Tuturan :



Sarah : “Loe ngapain sih daritadi, Nan?”  
 Nanda : “Ini nih, susah banget jerawat gue gak *kecover-cover!*”  
 Sarah : “Kenapa, emang loe pakai *foundation* apa?”  
 Nanda : “Itu, jelek banget *foundation* gue!”  
 Sarah : “Ih sumpah loe cobain punya gue deh, jadi ini tuh gue kaya pakai ini setiap hari. Ini bukan *foundation* sih ini kaya bedak gitu tapi ini bedak *foundation* dan ini bagus banget, ver 88, loe pernah denger gak sih?”  
 Nanda : “Pernah sih sering, tapi gue belum pernah nyoba.”  
 Sarah : “Loe cobain deh, sumpah ini *ngecover* banget.”  
 Nanda : “Ngecover banget nih?”  
 Sarah : “Cobain aja.”  
 Nanda : “Coba yaa (sembari mencoba produk).”  
 Sarah : “Ngecover kan?”  
 Nanda : “Iya sumpah beda banget.”  
 Sarah : “Tuh kan pori-pori loe ketutup semua.”

- Nanda : “Ya makanya, beli dimana nih, Sar?”  
 Sarah : “Nih nanti gue kasih tahu. Ini tuh kaya banyak palsunya jadi loe belinya harus hati-hati banget! Tapi entar gue kasih tahu. Nih, pakai aja buat loe!”
- Nanda : “*Thank you!*”  
 Sarah : “Nah *guys*, daripada kalian kaya Nanda pakai *foundation* tapi enggak kecover, mendingan kalian pakai bedak *foundation* aku nih ver 88 *bounce powder*, jadi ini itu kaya ngcover banget mau ada jerawat, beruntusan, mau apapun itu *plus* dia udah ada spf 50nya yang bakal nglindungi muka kamu dari sinar matahari, terus dia nyerap minyak loh, jadi ini bakal ngcover banget, aku pakai ini setiap hari dan pori-pori aku enggak kelihatan sama sekali. Oh ya *guys* kalian kalau beli ini hati-hati ya, karena ini itu banyak banget palsunya. Kalau kalian mau beli yang asli, beli di langganan aku aja di *@eightyeightid!*”

7. Iklan : Produk kecantikan berjenis suplemen penambah nafsu makan produksi *@gemukberisi*  
 Penutur : Safira  
 Mitra Tutor : MT  
 Tuturan :



- MT : “Saf, Saf, loe kok makan mulu sih sekarang ih?”  
 Safira : “Iya dong, karena gue beli *smart weight* dari *@gemukberisi* gue jadi nafsu makannya bertambah banyakk banget. Oh ya ini juga aman buat anak kecil dan dewasa. Nah bagi kalian yang mau nafsu makannya bertambah banyak langsung aja diorder *smart weightnya* dan ini juga udah aman banget loh. Loe kan kerempeng banget nih, mendingan loe order deh sekarang, ya?”
- MT : “Iya iya iya, mau ah, mau! Dimana, dimana ordernya dimana?”  
 Safira : “Di *@gemukberisi!* Duh, gue makan lagi ya.”

8. Iklan : Produk kecantikan berjenis minyak oles pembakar lemak produksi @*yk.beautycare*  
 Penutur : Awkarin  
 Mitra Tutar : Lutfi  
 Tuturan :



- Awkarin : “Buru-buru tapi kehambat perut loe yang gede? Nih, gue rekomandisiin ke lo *YK Slimming Oil*. (sembari menunjukkan produk). Jadi, *YK Slimming Oil* ini bisa memicu keringat loe untuk keluar dengan bahan *slimmingnya* yang ekstra.”
- Lutfi : “Perut gue bisa kecil dong?”
- Awkarin : “Jangankan buat nurunin berat badan, jadi *YK Slimming Oil* ini juga bisa menjaga kelembapan kulit dan juga kesehatan kulit.”
- Lutfi : “Beli dimana?”
- Awkarin : “Loe beli aja langsung di @*yk.beautycare*. Nih, gue kasih gratis dulu deh! Cobain!”
- Lutfi : “*Thank you*, ya! (menoleh dan terkejut) kemana? Pakai aja lah. Wah, udah enggak nempel lagi!”

9. Iklan : Produk kecantikan berjenis minyak oles khusus jerawat produksi @*dokter\_jerawat*  
 Penutur : Awkarin  
 Mitra Tutar : Cindy  
 Tuturan :



- Cindy : “Aku gak bisa hidup tanpa kamu Raden Muhammad!” (dengan nada merengek dan menangis)
- Awkarin : “Daniella Gibson, ini kenapa nih Awcindy nangis-nangis nih? Pakai direkam-rekam segala lagi, kenape? Raden Muhammad?”
- Daniella : “Iyalah, siapa lagi?”
- Awkarin : “Yaelah. Ini jerawat apa tompel?”
- Daniella : “Kena azab banget kan?”
- Awkarin : “Mendingan loe sekarang pakai obat jerawat dari gue. Mau tahu enggak apaan rahasianya?”
- Cindy : “Apaan tuh?”
- Awkarin : “Nih loe pakai minyak oles khusus jerawat dari @dokter\_jerawat. Langsung aja loe pakai nih yah! Loe pakai sekarang! (dengan nada agak tegas dan jelas)”
- Cindy : Wah gila, Rin. Berkat loe beneran ini obat beneran jago banget. Muka gue mulus banget sekarang!

10. Iklan : Produk kecantikan berjenis alat pencukur bulu kaki produksi @myhairstore
- Penutur : Awkarin
- Mitra Tutar : Kimmy
- Tuturan :



- Awkarin : “Oke Kimmy! Action!!!”
- Kimmy : (melenggak-lenggokkan tubuhnya).
- Awkarin : “Cut cut cut!!! Ya Allah Kimmy!! Itu bulu kaki apa bulu ketek orang utan? (dituturkan celetuk dan ketus dengan nada tinggi dan kesal) Apa-apaan kau? Udah udah udah, mendingan sekarang daripada kaki loe kayak gitu, loe pakai ini aja nih *smart hair removal machine* dari @myhairstore!”
- Kimmy : (tersenyum dan menggunakan produk yang disarankan penutur).

11. Iklan : Produk kecantikan berjenis obat kapsul penurun berat badan produksi @reginacnr  
 Penutur : Awkarin  
 Mitra Tutar : Kimmy  
 Tutaran :



- Awkarin : “Safira, Kimmy! Mau cerita dong! (dengan nada ceria) Kenapa sih kalian?”  
 Kimmy : “Ini nih lho, Mak. Orang si Kimmy yang suka sama koko kok malah Safira sih yang dimintai nomor *handphone!*”  
 Safira : “Heh!! Emang salah gue? Salah *body* gue? Badan loe aja tuh yang kayak gentong!! (dengan nada ketus dan kesal)”  
 Awkarin : “Eh, udah udah udah. Nih gue rekomendasiin yang paling ampuh buat bikin *body* loe kurus dalam waktu singkat, nih produk *CR Double* dari @ReginaCnr. Bener-bener bagus banget, dipakai secara teratur. Udah nih baikan-baikin nggak usah berantem-berantem mulu. (sembari memberikan produknya kepada Kimmy)”  
 Kimmy : (diam dan tersenyum)



## AUTOBIOGRAFI

**Meriza S. Febriyanti**

Lahir di Probolinggo, 27 Februari 1997. Putri tunggal dari pasangan Bapak Basi'in dan Ibu Siti Romlah. Beralamat di Jl. Prof. Dr. Hamka No.185E, RT/RW: 005/001, Kec. Wonoasih, Kota Probolinggo. Penulis mulai memasuki dunia pendidikan pada tahun 2001 di TK Candra Kirana. Kemudian melanjutkan Sekolah Dasar pada tahun 2003 di SD Negeri Wonoasih 1. Lulus SD tahun 2009 melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 8 Probolinggo. Selama duduk di bangku SMP, penulis aktif mengikuti Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS), ekstrakurikuler seni bela diri Karate dan tergabung sebagai anggota himpunan siswa yang berminat pada bidang seni Majalah Dinding (MADING). Setelah lulus dari SMP pada tahun 2012 penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 3 Probolinggo dan tergabung sebagai anggota aktif dalam ekstrakurikuler Himpunan Geografi. Setelah lulus dari SMA tahun 2015, penulis melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi dan diterima di Universitas Jember melalui jalur SNMPTN di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Pada akhir studinya penulis menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Tindak Tutur Direktif Advisoris *Selebgram* dalam Iklan Produk Kecantikan di Media Sosial *Instagram*” dan selesai pada tahun 2019.