

Tindak Tutur Ilokusi dalam Caption di Instagram @picnic Supermarkt op Wielen Periode Maret-September 2020 = Illocutionary Acts of Speech in Caption on Instagram @picnic Supermarkt op Wielen March-September 2020 Period

Saddatina Mutiara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920546480&lokasi=lokal>

Abstrak

Tindak tutur ilokusi merupakan tuturan yang mengandung tindakan baik dari penutur atau mitra tutur atas tuturan yang disampaikan. Tindak tutur ilokusi ini memiliki beberapa klasifikasi, yaitu: tindak tutur ilokusi asertif, komisif, direktif, ekspresif, dan deklaratif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apa saja jenis tindak tutur ilokusi dalam caption Instagram @picnic supermarkt op wielen berdasarkan klasifikasinya. Penelitian ini dianalisis melalui teori tindak tutur dari Austin (1962) dan Searle (1969). Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, mulai dari mengumpulkan data dari Instagram @picnic, mengelompokkan data, menjelaskan penyebab data dipilih, dan menarik kesimpulan dari hasil pembahasan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 17 unggahan dengan total 35 jenis tindak tutur ilokusi berdasarkan pengelompokkan data dalam caption di Instagram Picnic supermarkt op wielen periode Maret–September 2020. Hasil ini menunjukkan bahwa tindak tutur ilokusi dalam caption di Instagram @picnic supermarkt op wielen diduga menjadi pola strategi pemasaran yang digunakan Picnic untuk mengiklankan jasanya di media sosial.

.....

Illocutionary speech acts are utterances containing actions of both speakers and speech partners on the speech delivered. This illocutionary speech act has several derivatives, namely: assertive, directive, commissive, expressive, and declarative illocutionary speech acts. This research aims to identify what are the types of illocutionary speech acts in the Instagram caption @picnic supermarkt op wielen based on its derivatives. This research is analyzed through speech act theory of Austin (1962) and Searle (1969). This research uses descriptive qualitative research methods, starting from collecting data from Instagram @picnic, categorizing data, explaining the causes of the data selected, and drawing conclusions from the results of the discussion. The results showed that there were 17 posts with a total of 35 types of illocutionary speech acts based on data grouping in captions on Instagram Picnic supermarkt op wielen in the March-September 2020 period. This result shows that illocutionary speech acts in Instagram caption @picnic supermarkt op wielen are thought to be a pattern of marketing strategy used by Picnic to advertise its services on social media.