

## Tindak Tutur Ilokusi pada Bahasa Iklan L'Oréal di Rusia = Illocutionary Speech Acts in L'Oréal Advertising Language in Russia

Muhammad Arif, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920548771&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah analisis tindak tutur ilokusi pada bahasa iklan L'Oréal di Rusia. L'Oréal merupakan merek yang menyediakan berbagai produk perawatan kecantikan. Penelitian ini penting karena dalam pemasaran, iklan memegang peranan besar dalam memperkenalkan produk kepada konsumen dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan tindak tutur ilokusi George Yule (1996) sebagai landasan untuk memahami komunikasi media dalam mempengaruhi audiensnya dari perspektif linguistik. Metode penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah empat video iklan dari kanal resmi YouTube "L'Oréal Paris Russia". Hasil penelitian ini memperlihatkan bagaimana penerapan tindak tutur ilokusi Yule pada bahasa iklan L'Oréal di Rusia, yakni ditemukan 10 tindak tutur representatif, 7 tindak tutur direktif, 7 tindak tutur komisif, dan 1 tindak tutur ekspresif. Tuturan tersebut mencerminkan gaya komunikasi L'Oréal dalam menyampaikan pesan dan tujuannya kepada calon konsumen di Rusia.....The focus of the discussion in this research is the analysis of illocutionary speech acts in L'Oréal advertising language in Russia. L'Oréal is a brand that provides various beauty care products. This research is important because in marketing, advertising plays a big role in introducing products to consumers and increasing sales. This research uses George Yule's (1996) illocutionary speech act approach as a basis for understanding media communication in influencing its audience from a linguistic perspective. The research method used in this paper is descriptive qualitative. The data source used is four advertising videos from the official YouTube channel "L'Oréal Paris Russia". The results of this research show how the Yule illocutionary speech act is applied in L'Oréal advertising language in Russia, namely 10 representative speech acts, 7 directive speech acts, 7 commissive speech acts, and 1 expressive speech act. This speech reflects L'Oréal's communication style in conveying its message and objectives to potential consumers in Russia.