

ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM HEADLINE IKLAN KOSMETIK MAJALAH MORE EDISI MEI 2013

MONICA DESTIFANNY

*Program Studi Sastra Jepang - S1, Fakultas Ilmu Budaya,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 312201200431@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRAK

ABSTRAK

ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM HEADLINE IKLAN KOSMETIK MAJALAH MORE EDISI MEI 2013

Monica Destifanny, NPM: C12.2012.00431, 52 halaman isi, 2 halaman daftar pustaka, 25 halaman lampiran.
Semarang: Program Studi Sastra Jepang, Universitas Dian Nuswantoro.

Kata kunci : Tindak tutur ilokusi, tuturan, iklan kosmetik, headline, IFIDs.

Skripsi ini membahas tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam headline iklan kosmetik majalah More edisi Mei 2013 dengan menggunakan teori IFIDs. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kategori tindak tutur ilokusi dalam headline iklan kosmetik tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan ancangan pragmatik. Hasil analisis dalam penelitian ini tindak tutur ilokusi yang muncul adalah tindak tutur ilokusi asertif, direktif, sedangkan tindak tutur ilokusi komisif, ekspresif dan deklaratif tidak ditemukan. Tindak ilokusi yang paling banyak ditemukan adalah tindak ilokusi asertif. Hal tersebut menunjukkan bahwa penutur (pengiklan) cenderung bermaksud agar mitra tutur (pembaca) mengetahui produk serta khasiat produk yang ditawarkannya sehingga muncul rasa ketertarikan untuk membeli dan mencoba memakai produk yang diiklankannya tersebut.

Kata Kunci : Kata kunci : Tindak tutur ilokusi, iklan kosmetik, headline, IFIDs.

ANALYSIS ILLOCUTIONARY ACT IN COSMETICS ADVERTISING HEADLINES IN MORE MAGAZINE ON MAY 2013

MONICA DESTIFANNY

Program Studi Sastra Jepang - S1, Fakultas Ilmu Budaya,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 312201200431@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

ABSTRACT

ANALYSIS ILLOCUTIONARY ACT IN COSMETICS ADVERTISING HEADLINES IN MORE MAGAZINE ON MAY 2013

Monica Destifanny, NIM: C12.2012.00431, 52 pages of contents, 2 pages of bibliography, 25 pages of appendices. Semarang: Japanese Literary Studies Program, Dian Nuswantoro University.

Key words : Illocutionary act, advertising, headline, and IFIDs.

This thesis discusses the illocutionary acts in cosmetics advertising headlines found in More magazine on May 2013 by using IFIDs theory. It aims to describe the category of illocutionary act in the data qualitatively. The result shows that there are only two categories of illocutionary act occurs in the data, i.e. assertive and directive, on the other hand, commissive, expressive and declarative are not found in the data. Assertive is the most salient in the data. It implies that the advertisers want to show their product's quality to the reader. They also persuade the reader to buy the product they advertised.

Keyword : Key words : illocutionary act, advertising, headline, and IFIDs.