

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Windiarti, Lucia. 2011. *Implikatur dalam Pemakaian Bahasa Iklan Jenis Makanan di Televisi*. Skripsi. Yogyakarta: PBSID, FKIP, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini berusaha menemukan jawaban atas dua masalah, yaitu: 1) jenis implikatur apa sajakah yang terdapat dalam pemakaian bahasa iklan jenis makanan di televisi? dan, 2) ilokusi apa sajakah yang terdapat dalam iklan jenis makanan di televisi? Data penelitian ini berupa tuturan bintang iklan televisi yang terdapat pada beberapa buah iklan jenis makanan, dengan sumber data berupa rekaman iklan jenis makanan yang ditayangkan di televisi. Data diambil dari iklan yang ditayangkan pada bulan November 2009 sampai dengan Maret 2010. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak dengan teknik catat sebagai teknik dasar dan teknik simak bebas libat cakap sebagai teknik lanjutan.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, diperoleh temuan sebagai berikut: *pertama*, iklan jenis makanan mengandung tiga jenis implikatur. Ketiga jenis implikatur itu berupa tindak tutur, yakni: tindak tutur langsung literal, tindak tutur langsung tidak literal, dan tindak tutur tidak langsung literal. *Kedua*, iklan jenis makanan mengandung lima ilokusi. Ilokusi itu meliputi: meyakinkan, mempengaruhi, membujuk, menyindir, dan perintah. Ilokusi iklan bisa berlainan sedangkan implikaturnya sama berupa sebuah ajakan untuk membeli produk yang diiklankan.

Dalam menyampaikan ajakan untuk membeli makanan, para insan periklanan diharapkan menyampaikan ajakan secara santun sehingga tidak merugikan pihak manapun. Masyarakat sebagai konsumen agar lebih selektif dalam memilih produk barang dan mudah tergiur pada iklan yang ada. Penelitian ini hanya meneliti implikatur dalam iklan jenis makanan. Oleh karena itu, para peneliti dan pemerhati bahasa yang ingin melakukan penelitian sejenis bisa menggunakan hasil penelitian ini sebagai gambaran untuk menganalisis unsur iklan yang lain. Unsur tersebut meliputi: daya bahasa, diksi, gaya bahasa, deiksis, maksud dari gerak-gerik bintang iklannya, dan lain-lain.

Pada dunia pendidikan, penelitian ini bisa digunakan untuk dua kompetensi dasar. Kompetensi dasar *pertama*, *mengungkapkan berbagai informasi dalam bentuk narasi dan pesan singkat* (SMP kelas VII semester 2). Kompetensi dasar *kedua*, *mengungkapkan pikiran, perasaan, dan informasi dalam bentuk komentar dan laporan* (SMP kelas IX semester 1). Pada kompetensi dasar *pertama*, peran penelitian ini sebagai pembelajaran mengenai bagaimana memilih dan memaknai tuturan, serta merangkainya agar menarik perhatian pemirsa dengan tetap memperhatikan kesantunan bahasanya. Pada kompetensi dasar *kedua*, penelitian bisa diterapkan sebagai contoh agar siswa dapat bertutur secara sopan dalam memuji dan mengkritik berbagai karya seni dengan bahasa yang lugas dan santun.

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRACT

Windiarti, Lucia 2011. Implicature in Using Food Sort Advertisement Language on television. Yogyakarta: PBSID, JPBS, FKIP, USD.

This research try finding of the answer of two problems 1) what kinds of implicature are available in using food sort advertisement language on television?; and 2) what illocutionary acts are available in food sort advertisement on television? The data of this research consists of the expression of person in that advertisement food advertisement shown in television. Data is taken from the advertisement shown in November 2009 through March 2010. This kind of this research is descriptive qualitative. Data collecting method uses attended method by writing down technique as a basic technique and free scrutinizing-involving-talking as an intermediate technique.

Based on the above statement, it can be found the findings as follows, *firstly*, the advertisement about kind of food has three kinds of implicatures. Those three kinds of implicatures are expressions namely: non literal speech act, direct non literal speech act, and indirect literal speech act. *Secondly*, the advertisement of food has five illocutions. It consists of to convince; to influence, to persuade; to ridicule and to order. Illocutionary act can be different while its implicature can be the same that is an invitation to buy products that are advertised.

Therefore, in asking viewers to buy a product, an advertisement uses some different illocutionary act. In exposing the invitation to buy foods and meals, the man of the field of advertisement, is expected to expose the invitation politely so it will not injure the other people. As consumer, should select and choose carefully and is not influenced by the available advertisement. This result of this study can be used for the researcher as the illustration to analyze another element of advertisement. Those elements are the efficiency of language; diction; deiction; the style of language; the meaning of gestures and actions of the advertisement star etc.

In education, this research can be used two basic competition. *First*, give an example for students in expressing various information in the form of narrative text and message (SMP class VII, semester 2). *Secondly*, for example of expressing the opinion; the feeling and information in the form of comment and report (SMP. Class IX semester 1). This research behaves as learning process about how to combine or relate the elements that are able to attract the audience (in regard the competence standard writing). The finding of this research are also as the model for students to express the language politely and spontaneously in complimenting and criticizing the various art works (art and product) with authentic language and acceptable one (competence standard speaking).