

ABSTRACT

An Analysis of Indonesian Gratitude Discourse
in Printing Media

Martina Sukesti
Sanata Dharma University
Yogyakarta

This research aims to reveal the essence of discourse in its relation with the structure, speech act, context, and conversational implicature.

Discriptive method was used in this research. The research procedures were data collecting, data analysis, and explanation of the data analysis result.

This research finds out that (1) gratitude discourse based on the structure is classified into the complete and the incomplete structure, (2) in gratitude discourse, locution is informing; the illocution are promising, offering, and commanding; perlocution is the wish of the advertiser, (3) the context influencing the use of language are participants, purpose-goal, atmosphere, genres, and (4) gratitude discourse uses the principle of cooperative and politeness besides the maxim of quantity, of manner, and of modesty.

ABSTRAK

Wacana Ucapan Terima Kasih (UTK) menarik dikaji dari segi penggunaan bahasa maupun efek yang ditimbulkannya. Kenyataan ini mendorong penulis untuk mengadakan penelitian. Penelitian tentang wacana UTK ini memiliki empat permasalahan. Empat permasalahan itu adalah (1) struktur pada wacana UTK, (2) tindak tutur yang digunakan wacana UTK, (3) konteks yang mempengaruhi penggunaan bahasa pada wacana tersebut, (4) implikatur percakapan yang ada pada wacana UTK.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap hakikat wacana UTK dalam kaitannya dengan struktur, tindak tutur, konteks, dan implikatur percakapan.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Prosedur penelitiannya adalah tahapan pengumpulan data, analisis data, dan pemaparan hasil analisis data.

Dari penelitian terhadap wacana UTK ini, penulis menemukan hal-hal sebagai berikut (1) berdasarkan strukturnya wacana UTK dikelompokkan menjadi wacana berstruktur lengkap dan wacana berstruktur tidak lengkap, (2) dalam wacana UTK tindak lokusnya berupa pemberian informasi; tindak ilokusinya menjanjikan, menawarkan, dan memerintah; tindak perlokusinya merupakan harapan pengiklan, (3) konteks yang mempengaruhi penggunaan bahasa pada wacana UTK adalah partisipan, tujuan, suasana, dan jenis wacana, (4) wacana UTK mentaati prinsip kerja sama dan kesopanan, kecuali wacana UTK bertujuan komersial. Wacana jenis ini melanggar maksim kuantitas, cara, dan kerendahan hati dalam menyampaikan pesan-pesannya.