



## INTISARI

Penelitian ini membahas jenis tindak tutur dalam teks iklan Ramadan perusahaan telekomunikasi Zain tahun 2018 yang berjudul *Sayyidī ar-ra`īs* (SR-18) dan *Ad-dīnu tamāmu al-akhlāqi* tahun 2019 (DTA-19). Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan jenis tindak tutur dalam kedua teks iklan Ramadan tersebut berdasarkan fungsi dan modusnya dalam kalimat. Penelitian ini menggunakan teori pragmatik. Data yang digunakan berupa teks iklan Ramadan Zain tahun 2018 dan 2019 serta komentar netizen yang tersedia pada kolom komentar *YouTube*. Metode penelitian yang digunakan ada tiga tahapan, yaitu tahap penyediaan data, tahap analisis data, dan tahap penyajian analisis data. Pada tahap penyediaan data penulis menggunakan metode simak. Selanjutnya, pada tahap analisis data penulis menggunakan metode padan pragmatik. Ketiga, tahap penyajian analisis data dilakukan menggunakan teknik penyajian informal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pada teks iklan Ramadan Zain SR-18 dan DTA-19 ditemukan tiga jenis tindak tutur berdasarkan fungsi kalimatnya, yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Pada tindak tutur ilokusi ditemukan empat fungsi, yaitu asertif, ekspresif, direktif, dan komisif. Selanjutnya, berdasarkan modus kalimat ditemukan jenis tindak tutur langsung, tindak tutur literal, tindak tutur tidak literal, tindak tutur langsung literal dan langsung tidak literal.

**Kata kunci:** Iklan, pragmatik, Tindak Tutur, Perusahaan Telekomunikasi Zain.



## ABSTRACT

This study discusses the types of speech acts in Ramadan Advertisement of Zain Telecommunication Company entitled *Sayyidī ar-ra`īs* in 2018 (SR-18) and *Ad-dīnu tamāmu al-akhlāqi* in 2019 (DTA-19). The purpose of this study is to describe the types of speech acts in the two advertisement texts based on its function and mode in a sentence. This research uses pragmatic theory. The data used is Zain Ramadan advertisement texts. The research method used has three steps, namely the step of providing data, the step of data analysis and the step of presenting data analysis. At the step of providing data, the author uses the listening method. Furthermore, at the data analysis step the author uses the pragmatic equivalent method. Third, the step of presenting data analysis using informal methods.

Based on the results of the research that has been done, in SR-18 and DTA-19, there are three types of speech acts were found based on the function of the sentence, namely locutionary, illocutionary and perlocutionary. There are four functions of illocutionary speech acts, namely assertive, expressive, directive, and commissive. Furthermore, based on the sentence mode, it was found the types of direct speech acts, literal speech acts, non-literal speech acts, literal direct speech acts and non-literal direct speech acts.

**Keywords: Advertisement, Pragmatic, Speech Act, Zain Telecommunication Company.**