

INTISARI

Penelitian ini membahas wacana persuasi yang berada dalam akun *Twitter @GrabID*. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan struktur dan fungsi wacana persuasi, menguraikan jenis-jenis tindak tutur yang berada dalam akun *Twitter @GrabID*, dan mengidentifikasi bentuk-bentuk keahsaannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak dengan teknik catat. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode padan dan komparasi yang kemudian disajikan dengan metode formal dan informal. Hasil penelitian ini mencakup struktur wacana persuasi yang ditemukan, yakni butir utama, badan iklan, dan penutup. Sedangkan fungsi wacana yang ditemukan adalah fungsi informatif, fungsi persuasif, fungsi mengingatkan, fungsi mempercepat, fungsi membangun citra, dan fungsi peneguhan guna menarik minat calon pembeli. Ditemukan pula jenis-jenis tindak tutur dalam akun ini, yaitu tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Selain itu, tindak tutur berdasarkan modus kalimat yang ditemukan ialah tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, tindak tutur literal, dan tindak tutur tidak literal, tindak tutur langsung literal, tindak tutur langsung tidak literal, dan tindak tutur tidak langsung literal. Terakhir, mengenai bentuk keahasaan yang ditemukan, yakni kosakata ragam non baku dan campur kode yang berbentuk kata, frasa, dan klausa.

Kata kunci: Wacana Iklan, Struktur Wacana Iklan, Tindak Tutur, Ragam Bahasa, Kode Bahasa, Akun *Twitter @GrabID*

ABSTRACT

This study talks about the discourse of persuasion in the Twitter account @GrabID. This study aims to describe the structure and function of the discourse of persuasion, describe the types of speech acts in the Twitter account @GrabID, and identify the forms of language. The method used in this research is the observation method with note taking technique. Furthermore, the data were analyzed using comparative and comparative methods which were then presented using formal and informal methods. The results of this study include the structure of the persuasion discourse found, namely the main points, the body of the advert, and the cover. Meanwhile, the discourse function found is an informative function, a persuasive function, a reminding function, a speeding function, an image building function, and an affirmation function to attract potential buyers. There are also types of speech acts found in this account, namely speech acts of locus, illocution and perlocution. In addition, speech acts based on the sentence mode found were direct speech acts, indirect speech acts, literal speech acts, and non-literal speech acts, literal direct speech acts, non-literal direct speech acts, and indirect literal speech acts. Finally, regarding the forms of language found, namely non-standard vocabulary and mixed codes in the form of words, phrases and clauses.

Keywords: Advertising Discourse, Structure of Advertising Discourse, Actions, Variety of Languages, Language Code, Twitter Account @GrabID