

## INTI SARI

“Tindak Tutur dalam Iklan Surat Kabar *Online Azzaman.com*  
Edisi Januari–Juni 2012: Analisis Pragmatik”

Oleh: Esti Khoiriah

Penelitian terkait kajian tindak tutur iklan komersial dalam surat kabar *online Azzaman.com* edisi Januari–Juni 2012 dilakukan karena dalam surat kabar ini tidak hanya digunakan modus kalimat imperatif saja, melainkan juga digunakan modus kalimat lain. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan mendeskripsikan jenis-jenis tindak tutur yang digunakan pada iklan-iklan dalam surat kabar *online Azzaman.com* edisi Januari–Juni 2012.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan pragmatis. Metode padan pragmatis dilakukan dengan mengamati reaksi pembaca (mitra tutur) terhadap iklan-iklan dalam surat kabar *online Azzaman.com* edisi Januari–Juni 2012.

Berdasarkan analisis ditemukan bahwa berdasarkan jenis tindakannya, terdapat jenis tindak perlokusi dan berdasarkan modus kalimatnya, iklan-iklan dalam surat kabar tersebut menggunakan jenis tindak tutur langsung dan tidak langsung, tindak tutur literal dan tidak literal, tindak tutur langsung literal, tindak tutur tidak langsung literal, dan tindak tutur tidak langsung tidak literal.

**Kata kunci:** iklan, surat kabar, tindak tutur, pragmatik

## ABSTRACT

“Speech Act in Advertisement at Online Newspaper *Azzaman.com*  
on January–June 2012: Pragmatics Analysis”

By: Esti Khoiriah

Related research studies about speech act in advertisement at online newspapers *Azzaman.com* on January to June 2012 is due in this newspaper not only used imperative sentence mood, but also used another sentence mood. The purpose of this research are to determine and describe the types of speech acts used by the writer in the advertisements at online newspapers *Azzaman.com* on January to June 2012.

Pragmatic-equal method was used in this research. Pragmatic-equal method is performed by observing the reaction of the reader for advertisements at online newspapers *Azzaman.com* on January to June 2012.

Based on the analysis, it was found that by type of action, there was perlocutionary act, and by sentence mood, the advertisements in the newspaper was used direct and indirect speech act, literal and nonliteral speech act, direct literal speech act, indirect literal speech act, and indirect nonliteral speech act.

**Key words:** advertisement, newspaper, speech act, pragmatics

## الملخص

الفعل الكلامي في إعلانات جريدة اتصال مباشر *AZZAMAN.COM*

من شهر يناير إلى يونيو ٢٠١٢: تحليل براغماتيكي

المؤلفة: إيستي خيرية

البحث في فعل كلامي في إعلان جريدة الزمان من شهر يناير إلى يونيو ٢٠١٢ حثه حالة الجريدة التي لا تستعمل فيها صيغة الأمر فقط ولكن تستعمل أيضا صيغة أخرى. الأهداف لهذه البحث هي لمعرفة أنواع الفعل الكلامي الموجود في إعلانات جريدة الزمان ووصفها من شهر يناير إلى يونيو ٢٠١٢. والطريقة المستخدمة في هذا البحث هي طريقة المقارنة البرغماتيكية بوسيلة ملاحظة التعليقات في إعلانات جريدة الزمان من شهر يناير إلى يونيو ٢٠١٢.

استنادا إلى التحليل، يُوجد أن بنسبة إلى أنواع الأعمال، هناك نوع من الفعل البرلوكوسي، أما بنسبة إلى صيغة الكلام ومعنى الكلمات الحرفية، الإعلانات بهذه الجريدة تستعمل الفعل الكلامي المباشر وغير المباشر، والفعل الكلامي الحرفي وغير الحرفي، والفعل الكلامي المباشر الحرفي، والفعل الكلامي غير المباشر الحرفي.

كلمات رئيسية: الإعلان، الجريدة، الفعل الكلامي، البرغماتيكي