

ABSTRAK

TINDAK TUTUR PADA IKLAN PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI DI TELEVISI DAN IMPLIKASINYA DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA

Oleh
Rian Andri Prasetya

Salah satu fenomena kebahasaan yang saat ini sedang terjadi adalah mengenai penggunaan bahasa pada iklan khususnya pada iklan makanan cepat saji di televisi. Permasalahan inilah yang penulis angkat pada penelitian ini, yakni tindak tutur pada iklan produk makanan cepat saji di televisi dan implikasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP. Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) menjelaskan tindak tutur pada bahasa iklan makanan cepat saji di televisi, dan (2) mengimplikasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian berupa tuturan yang terdapat dalam iklan produk makanan cepat saji di televisi baik secara lisan maupun tulisan. Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan produk makanan cepat saji yang tayang di televisi. Produsen makanan cepat saji yang menjadi sumber data adalah KFC dan Mc Donald. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik rekam, simak, dan catat. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis heuristik. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data dilakukan dengan mereduksi data, menyajikan data dalam korpus data, menginterpretasi data dengan menggunakan teknik analisis heuristik, dan selanjutnya menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur pada iklan makanan cepat saji di televisi menggunakan tindak tutur langsung literal dan tindak tutur tidak langsung literal dengan berbagai fungsi komunikatifnya yang berfungsi menarik konsumen dengan cara memberikan penawaran dengan melibatkan berbagai ekspresi perasaan serta informasi-informasi mengenai menu-menu yang ditawarkan. Hasil penelitian ini juga dapat diimplikasikan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP sebagai sumber belajar siswa dalam pembelajaran teks eksposisi. Siswa dapat menggunakan iklan makanan cepat saji sebagai sumber belajar dalam menyusun teks eksposisi karena dengan memahami tuturan pada iklan tersebut siswa dapat menemukan gagasan serta menangkap berbagai argumen sebagai pendukung gagasan dalam penyusunan teks eksposisi.

Kata kunci : *tindak tutur, iklan, makanan, cepat saji.*

ABSTRACT

SPEECH ACTS OF FAST FOOD ADVERTISING ON TELEVISION AND ITS IMPLEMENTATION TOWARDS INDONESIAN LANGUAGE LEARNING IN JUNIOR HIGH SCHOOL

By

Rian Andri Prasetya

One of linguistic phenomena which is happening is the use of language in advertising especially fast food advertising on television. In this research, the researcher focuses on speech acts of fast food advertising on television and its implementation towards Indonesian language learning in junior high school. This research aims to (1) explain speech acts of fast food advertising on television, and (2) to find out its implementation towards Indonesian language learning in Junior High School.

The research method used in this research was descriptive qualitative. Research data were speech acts of fast food advertising on television both in oral and written. Data sources in this research were fast food advertising on television. Fast food producers used in this research were KFC and Mc Donald. Data collecting techniques used in this research were recording, observing, and reporting . Heuristic data analysis used to analyze the data by using the following steps (1) data reduction, (2) data presentation, (3) data interpretation, and (4) conclusion.

The results of the research showed that speech acts of fast food advertising on television used direct and indirect literal speech acts which having some communicative functions such as to attract the cosumers by giving offerings that involve feelings expression and related information. The results of this research revealed that its implementation can be used to Indonesian language learning in Junior High School as students learning resources in exposition text. The students are able to use fast food advertising as learning resources because comprehending speech acts in advertising make the students be able to find out main idea and arguments that support main idea in composing exposition text.

Keywords: speech acts, advertising, fast food