

ABSTRAK
TINDAK TUTUR
DALAM WACANA IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI TELEVISI
DAN IMPLIKASINYA DALAM PEMBELAJARAN
BAHASA INDONESIA KELAS VIII SMP

Oleh
Nurlaksana Eko Rusminto
Rahmat Prayogi
Amelia

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu dua tindak tutur dalam wacana iklan produk kecantikan di televisi dan implikasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan tindak tutur langsung pada sasaran dan argumentasi, serta tindak tutur tidak langsung dengan modus pesimis, fakta, menyindir, pesimis, orang ketiga, keluhan, dan pengandaian dalam wacana iklan produk kecantikan di televisi. Selain itu, penelitian juga dilakukan untuk mendeskripsikan implikasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia bagi siswa kelas VIII SMP.

Penelitian menggunakan desain deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian yaitu wacana produk kecantikan sumber data berupa tindak tutur langsung dengan sasaran dan argumentasi, serta tindak tutur tidak langsung dengan modus tanya, memuji, pesimis, fakta, menyindir, pesimis, orang ketiga, keluhan, dan pengandaian yang didapatkan dari wacana iklan produk kecantikan. Sumber data penelitian ini adalah wacana produk kecantikan yang tayang di 10 stasiun televisi nasional, yakni (1) Indosiar, (2) ANTV, (3) MNCTV, (4) RCTI, (5) Global TV, (6) SCTV, (7) Trans TV, (8) Trans 7, (9) RTV, dan (10) Net TV. Teknik pengumpulan data yaitu teknik dokumentasi dengan cara teknik rekam, catat, dan simak. Analisis data dengan menggunakan analisis heuristik.

Hasil penelitian menunjukkan tindak tutur langsung dideskripsikan dalam dua jenis meliputi tuturan langsung pada sasaran dan argumentasi. Tindak tutur tidak langsung yang meliputi tindak tutur tidak langsung dengan modus tanya, memuji, fakta, menyindir, pesimis, orang ketiga, keluhan, dan pengandaian. Adanya temuan penelitian ini diimplikasikan dalam pembelajaran bahasa Indonesia SMP kelas VIII pada KD 3.4 menelaah struktur isi dan kebahasaan teks iklan, slogan, dan poster secara tertulis dan lisan (membanggakan dan memotivasi) yang dibaca dan didengar.

Kata kunci: *Tindak tutur, Iklan, Wacana Produk Kecantikan*