

ABSTRAK

ILOKUSI KOMISIF DALAM IKLAN TRAVELOKA DI YOUTUBE DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP

Oleh

TRIA PUJI ASTUTI

Masalah dalam penelitian ini adalah ilokusi komisif dalam iklan Traveloka di YouTube dan implikasinya pada pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan fungsi komunikasi ilokusi komisif dalam iklan Traveloka di YouTube berdasarkan kelangsungan dan keliteralan tuturan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa iklan Traveloka di YouTube. Data dalam penelitian ini berupa tuturan ilokusi komisif yang dituturkan oleh pelaku pada iklan Traveloka di YouTube. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik nontes, yaitu observasi nonpartisipasi dan dokumentasi, untuk mengumpulkan data ilokusi komisif dalam iklan Traveloka di YouTube. Peneliti mengamati iklan yang tersedia di YouTube tanpa terlibat langsung dalam peristiwa tutur. Data dicatat menggunakan catatan lapangan deskriptif dan reflektif. Teknik analisis data yang digunakan ialah teknik analisis heuristik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat ilokusi komisif dalam iklan Traveloka di YouTube saluran Traveloka Indonesia yang terdiri atas fungsi komunikasi menjanjikan, menawarkan, dan berkaul. Ditinjau berdasarkan kelangsungan dan keliteralan tuturannya, terdapat ilokusi komisif yang disampaikan secara langsung literal, tidak langsung literal, dan tidak langsung tidak literal. Fungsi komunikasi yang mendominasi adalah menawarkan, diikuti oleh menjanjikan, sementara yang paling jarang ditemukan adalah berkaul. Hasil penelitian ini diimplikasikan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia berbasis Kurikulum Merdeka Capaian Pembelajaran elemen kompetensi membaca dan memirsa Fase D kelas VIII pada buku Bahasa Indonesia. Tujuan pembelajaran menyimpulkan pesan dalam iklan komersial. Hasil penelitian dituangkan dalam bentuk contoh bahan ajar melalui penyusunan catatan reflektif yang memuat tuturan ilokusi komisif tawaran, janji, dan berkaul sebagai dasar analisis dan diskusi peserta didik dalam menyimpulkan pesan iklan.

Kata kunci: *ilokusi komisif, fungsi komunikasi, kelangsungan, keliteralan, iklan*

ABSTRACT

COMMISSIVE ILLOCUTIONARY ACTS IN TRAVELOKA ADVERTISEMENTS ON YOUTUBE AND THEIR IMPLICATIONS FOR INDONESIAN LANGUAGE LEARNING IN JUNIOR HIGH SCHOOL

By

TRIA PUJI ASTUTI

The issue addressed in this research is the commissive illocutionary acts in Traveloka advertisements on YouTube and their implications for Indonesian language learning in junior high school. The objective of this study is to describe the communicative functions of commissive illocutionary acts in Traveloka advertisements on YouTube, based on the directness and literalness of the utterances.

This research employs a qualitative descriptive method. The data sources are Traveloka advertisements on YouTube, and the data consist of commissive illocutionary utterances spoken by characters in these advertisements. The data collection technique is non-test, using non-participant observation and documentation to collect data on commissive illocutionary acts. The researcher observed the available advertisements on YouTube without directly participating in the speech events. Data were recorded using descriptive and reflective field notes. The data analysis technique used is heuristic analysis.

The results show that commissive illocutionary acts in Traveloka advertisements on the Traveloka Indonesia YouTube channel include the communicative functions of offering, promising, and pledging. These acts appear in three forms: direct literal, indirect literal, and indirect non-literal utterances. The most frequent function is offering, followed by promising, while pledging is the least common. The findings are applied to Indonesian language learning based on the Kurikulum Merdeka, specifically in the reading and viewing element for Phase D, Grade VIII. The learning objective is to infer messages in commercial advertisements. These findings are used to develop sample teaching materials in the form of reflective notes containing commissive utterances offers, promises, and pledges as a basis for students' analysis and discussion.

Keywords: *commissive illocution, communicative function, directness, literalness, advertisement*