

# **ABSTRAK**

## **Speech Acts Analysis on Advertisements in Bazaar Magazine**

**Oleh: Rini Oktaviani**

Dalam berkomunikasi pembicara tidak hanya menggunakan bahasa unuk menyampaikan maksudnya, tetapi juga menghadirkan tindak-tanduk dibalik tuturan mereka tersebut, contohnya, sebuah permintaan mengespresikan permohonan maaf menyampaikan tindakpenyeselan. Tindak-tanduk yang dihadirkan ini dalam ilmu pragmatics dikenal sebagai tindak tutur (speech acts). sekarang, tindak tutur tidak hanya digunakan dalam komunikasi sehari-hari, tetapi juga diaplikasikan didalam bahasa periklanan.

Metode yang digunakan dalam makalah ini adalah metode deskriptif dengan objek penelitian adalah tindak tutur dalam majalah Bazaar. Agar lebih spesifik lagi, maka makalah ini difokuskan padatipe-tipe tindak tutur dalam periklanan didalam majalah Bazaar. Data yang terkumpul berjumlah 30 iklan yang diambil dalam 5 edisi majalah yang berbeda. Tujuan dari makalah ini untuk menemukan tipe-tipe tindak tutur apa saja yang diaplikasikan dalam pemuatan iklan majalah tersebut. Untuk menemukan hasilnya, iklan-iklan dianalisa dengan menggunakan teori Yule (1996).

Berdasarkan analisa diatas dari lima macam tipe speech acts yang dikemukakan oleh Yule (1996) ditemukan kelima macam tipe tersebut. Mereka adalah directive, representative, declarative, commisive dan expressive.