



Analisis Tindak Tutur Dalam Iklan Produk Kosmetik Pada Kanal Youtube Safi Indonesia (Kajian Pragmatik)

Santomi¹, Dase Erwin Juansah², Dodi Firmansyah³

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Received: 07 July 2025
Revised: 16 July 2025
Accepted: 23 July 2025

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan klasifikasi, maksud dan fungsi tindak tutur ilokusi pada iklan produk kosmetik safi Indonesia dalam kanal youtube Safi Indonesia periode unggahan 2021 dan 2022. Pada penelitian ini menjadikan setiap tuturan dalam iklan tersebut yang mengandung tindak tutur ilokusi sebagai subjek penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu teknik bebas libat cakap dan teknik catat. Selanjutnya dilakukan teknik triangulasi oleh validator. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik kontekstual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada iklan produk kosmetik Safi Indonesia dalam kanal youtube Safi Indonesia periode unggahan 2021 dan 2022 terdapat 4 jenis tindak tutur ilokusi, yaitu 30 data tindak tutur ilokusi Asertif memiliki maksud pernyataan kebenaran dengan fungsi memberi tahu dan mengemukakan pendapat, 12 data tindak tutur ilokusi Direktif memiliki maksud agar mitra tutur melakukan tindakan dengan fungsi memerintah dan meminta, 2 data tindak tutur ilokusi Komisif memiliki maksud agar mitra tutur melakukan sesuatu di masa yang akan datang dengan fungsi menawarkan dan 2 data tindak tutur ilokusi ekspresif memiliki maksud ungkapan perasaan dengan fungsi mengekspresikan kesedihan diri penutur.

Kata Kunci: Tindak Tutur Ilokusi, Iklan Kosmetik, Safi Indonesia.

(*) Corresponding Author:

2222190011@untirta.ac.id,
dfirmansyah_1976@gmail.com

daseerwin77@untirta.ac.id,

How to Cite: Santomi, S., Juansah, D. E., & Firmansyah, D. (2025). Analisis Tindak Tutur Dalam Iklan Produk Kosmetik Pada Kanal Youtube Safi Indonesia (Kajian Pragmatik). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(8.D), 173-222. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11393>.

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sesuatu yang penting dalam peradaban manusia. Tidak terbayang, jika di dunia ini tanpa adanya bahasa. Sulit untuk menyampaikan pendapat, meminta sesuatu, menceritakan suatu peristiwa yang dialami, meminta tolong dan lain sebagainya yang berkaitan dengan kehidupan sosial manusia khususnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Brown dalam Nurgiyantoro (2014: 9) menyatakan bahwa bahasa dapat dipahami sebagai sistem yang arbitrer yang dikonvensikan lewat ucapan, tulisan atau simbol-simbol gestural yang memungkinkan anggota masyarakat dapat mengomunikasikan sesuatu yang dapat dipahami orang lain. Oleh karena itu, sangat penting sekali untuk menguasai ilmu tentang bahasa itu sendiri, setidaknya mengetahui penempatan bahasa dalam berkomunikasi sesama manusia.

Bahasa juga sebagai sarana penyalur informasi, baik dengan media lisan maupun media tulisan, bahkan pada zaman digitalisasi ini informasi dengan menggunakan bahasa dapat disampaikan melalui berbagai macam media, seperti media audio visual, internet, media-media cetak, iklan dan sebagainya. Bahkan untuk memenuhi kebutuhan berbisnis atau pun berwirausaha bahasa ini sangat diperlukan, seperti bahasa yang digunakan pada iklan-iklan pemasaran produknya.

Iklan merupakan salah satu cara komunikasi antara produsen dan konsumen, dalam menginformasikan bagi produsen dan mengetahui tentang produk bagi konsumen. Dengan adanya iklan dapat membantu produsen untuk memasarkan hasil produksinya. Oleh karena itu, iklan meski dimodifikasi sedemikian rupa agar lebih menarik, sehingga dapat menarik

perhatian masyarakat luas. Namun iklan tidak cukup hanya dengan menarik, tetapi perlu juga memerhatikan penggunaan bahasa yang sesuai, jelas, singkat dan padat, supaya mudah dimengerti oleh masyarakat. Sebagaimana pendapat Prasetya dan samhati dalam Mutiah Romadhani & Junieles (2015 : 39) menyatakan bahawa cara produsen untuk mengelola iklan agar durasi waktu tepat dan tidak

terlalu panjang yaitu menggunakan bahasa yang singkat dan sederhana, namun maksud dari iklan harus tetap tersampaikan kepada penonton. Oleh karena itu, dalam media iklan, bahasa pun jadi salah satu faktor penunjang keberhasilan iklan.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu disuguhi dengan berbagai iklan baik di media koran, radio, televisi, internet bahkan di sepanjang jalan-jalan raya pun iklan dapat dijumpainya. Iklan yang disuguhkan secara audio visual seperti pada YouTube lebih ternilai menarik, karena selain didukung dengan gambar, terdapat penekanan bahasa tutur untuk menyampaikan maksudnya kepada konsumen.

Salah satu yang membuat saya tertarik dalam iklan ialah terdapat pada ujaran-ujaran slogan bahasa yang digunakannya. Slogan-slogan yang digunakan dalam iklan di media audio visual YouTube tersebut tidak terlepas dari tujuan dan fungsi bahasa sebagai alat komunikasi.

Ujaran-ujaran dalam iklan tentu diujarkan dengan singkat, karena untuk mempertimbangkan waktu dalam tayangan iklan yang dibuat. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian, di dalam iklan-iklan itu terdapat ujaran atau tindak tutur apa saja. Tindak tutur merupakan keadaan seseorang, suasana tempat atau keadaan sekitar seseorang yang sedang melakukan ujaran. Hal ini senada dengan pendapat Purba (2011: 78) bahwasanya tindak tutur adalah segala tindak yang dilakukan seseorang pada saat berbicara. Ada pun ilmu yang mengkaji mengenai tindak tutur ini ialah kajian pragmatik. Pragmatik adalah salah satu cabang ilmu bahasa yang mempelajari telaah antara bahasa dengan konteksnya. (Tarigan, 2015: 31)

Dengan demikian, saya tertarik untuk meneliti tindak tutur yang terdapat dalam ujaran-ujaran bahasa iklan kosmetik khususnya dalam media audio visual pada kanal YouTube Safi Indonesia, sehingga diketahui tindak tutur apa saja yang digunakan dalam media iklan tersebut, setelah diketahui tindak tutur yang digunakan dalam masing-masing iklan kosmetik, maka akan diketahui tindak tutur apa yang digunakan dalam iklan-iklan kosmetik pada kanal YouTube Safi Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Austin yang mengklasifikasikan tindak tutur menjadi tiga macam, yaitu : lokusi, ilokusi dan perlokusi dan teori Searle yang mengklasifikasikan tindak tutur ilokusi menjadi lima klasifikasi.

Berdasarkan latar belakang yang diutarakan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tindak Tutur Dalam Iklan Produk Kosmetik Pada Kanal Youtube Safi Indonesia (Kajian Pragmatik)”. Memilih iklan yang dijadikan subjek, karena di dalamnya menggunakan bahasa yang unik dan menarik serta bahasa yang berbeda-beda. Sedangkan media yang dipilih audio visual pada media iklan Kanal Youtube Safi Indonesia, karena iklan yang terdapat dalam audio visual lebih menekankan ujaran-ujaran bahasa yang digunakan, sehingga menarik untuk diteliti.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapatlah kiranya diidentifikasi permasalahannya. Ada pun identifikasi masalahnya yaitu: pertama bahasa merupakan kebutuhan semua manusia, segala kegiatan dalam kehidupan manusia tentu memerlukan bahasa. Sehingga penelitian bahasa perlu terus dikembangkan. Kedua iklan layanan produk yang sering kita lihat dalam keseharian memakai bahasa sebagai sarana informasinya, iklan umumnya dengan durasi yang singkat dan bahasanya pun menjadi singkat, sehingga memerlukan analisis untuk dapat mengetahui maksud lebih dalamnya. Ketiga perlunya analisis bahasa iklan dalam iklan kosmetik, untuk mengetahui tindak tutur apa yang

digunakan sebagai bahasa iklan dalam iklan kosmetik pada kanal Youtube Safi Indonesia serta mengetahui maksud dan fungsinya.

METODE PENELITIAN

Pada dasarnya metode penelitian merupakan cara-cara yang digunakan dalam sebuah penelitian guna membuat sebuah karya ilmiah. Dalam pengertian lain metode juga dapat disebut dengan suatu cara ilmiah yang digunakan dalam proses penelitian guna untuk memperoleh data, analisis data yang terkait dengan tujuan penelitian yang dilakukannya. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Sugiyono (2018: 1) yang dikutip dari karya para pakar dibidangnya. Pakar pertama menyatakan bahwasanya penelitian atau pun metode penelitian ialah suatu cara yang terstruktur dan sistematis dalam pengumpulan data, guna untuk mempresentasikan hasilnya (Steven&Jeniver: 2010). Pakar selanjutnya pun menyatakan bahwa metode penelitian merupakan suatu proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis data serta pemberian interpretasi sesuai dengan hal yang terkait dengan tujuan penelitian (Creswell: 2014).

Pada penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif menurut Dezin & Lincoln (1994) dalam (Anggito & Setiawan, 2018: 7) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Sedangkan deskriptif ialah seorang peneliti mendeskripsikan suatu obyek, fenomena, atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan berbentuk pendeskripsian, yang artinya dalam penulisannya data dan fakta yang ditemukan akan dihimpun dalam bentuk kata-kata dan gambar bukan angka (Anggito & Setiawan, 2018: 11). Sehingga metode deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang menggunakan objek penelitian bersifat alamiah dan data-data yang dikumpulkan dihimpun dalam bentuk kata-kata dan gambar tidak berbentuk angka.

Mahsun (2005: 84) dalam (Farihah, 2015: 64) menyatakan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif atau sinkronis akan melalui ketiga tahapan pelaksanaan penelitian, yaitu penyediaan data, analisis data, dan penyajian/perumusan hasil analisis yang merupakan tahapan yang harus dilalui. Begitu pun dengan pendapat Sudaryanto Sudaryanto (1992:62) dalam (Farihah, 2015: 64) memaparkan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif atau mendeskripsikan, yaitu metode yang dilakukan semata-mata hanya berdasarkan fakta yang ada atau fenomena pada penuturnya sehingga yang dihasilkan atau yang dicatat berupa bahasa yang sifatnya pendeskripsian bentuk kata-kata seperti adanya. Dengan metode penelitian deskriptif, data diuraikan dalam bentuk kata-kata atau gambar-gambar, bukan dalam bentuk angka-angka. Data pada umumnya berupa pencatatan, foto-foto, rekaman, dokumentasi, dan berupa catatan-catatan resmi lainnya.

HASIL & PEMBAHASAN

Analisis Data

Hasil pada penelitian ini didasari oleh tuturan tindak tutur ilokusi yang terdapat pada iklan Kanal Youtube Safi Indonesia unggahan video periode 2021 dan 2022. Pada kanal Youtube Safi Indonesia ditemukan 12 video unggahan periode 2021 dan 2022. Pada penelitian ini digunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan kategori tindak tutur ilokusi berdasarkan teori Searle. Dari iklan pada kanal Youtube safi Indonesia unggahan video periode 2021 dan 2022 peneliti menemukan 46 data yang akan dianalisis, 46 data tersebut dapat diuraikan ke dalam tindak tutur ilokusi antara lain, 1) 20 tindak tutur ilokusi direktif, 2)

30 tindak tutur ilokusi asertif, 3) 2 tindak tutur ilokusi komisif, 4) 2 tindak tutur ilokusi ekspresif. Berikut tabel penyajian analisis data.

Tabel 4.1

Jenis klasifikasi dan jumlah tindak tutur ilokusi pada iklan Kanal youtube safi indonesia unggahan video periode 2021 dan 2022

No	Jenis Tindak Tutur	Jumlah Tuturan
1.	TTA (Tindak Tutur Asertif)	30
2.	TTDir (Tindak Tutur Direktif)	12
3.	TTK (Tindak Tutur Komisif)	2
4.	TTE (Tindak Tutur Ekspresif)	2
5.	TTDek (Tindak Tutur Deklaratif)	-
Total Keseluruhan		46

Tabel 4.2

Data analisis tindak tutur ilokusi pada iklan Kanal youtube safi indonesia unggahan video periode 2021 dan 2022

NO	KONTEKS	TUTURAN
VIDEO 1		
1	Seorang Bintang Iklan (BI) yang sedang memegang kulit wajah yang dizoom 100 kali, sehingga tampak terlihat bagian kulit wajah yang bermasalah. Setelah itu ditampilkan gambar produk Kosmetik Safi Ekpert Solutions, beserta logo sertifikat halal dari MUI.	“Kulit dehidrasi, atasi dengan Safi Ekspert Solutions milk Drop Serum”. (Nr)
2	Seorang Bintang Iklan menunjukkan kulit wajah yang sangat mulus terawat. Pada video juga ditampilkan keterangan berbentuk presentase dari tuturan seorang Narator (Nr). Dalam video tersebut dicantumkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions.	“Melembabkan kulit, mengunci kelembaban, merawat lapisan kulit”. (Nr)
3	Ditampilkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions, beserta keterangan tulisan nama produk, logo halal dan slogan yang bertuliskan Halal, natural, teruji.	“Safi Expert Solutions. Halal, natural dan teruji”. (Nr)
VIDEO 2		

4	Bintang iklan dengan ekspresi sedih sedang mengelus wajahnya sendiri.	“Kerutan mulai tampak”. (BI)
5	Ditampilkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions Bio Skin Moisturizer, dilengkapi dengan keterangan tulisan nama produk dan nama perusahaan serta disertai logo halal dari MUI. Selanjutnya Bintang Iklan memperlihatkan wajah yang cerah dengan ekspresi wajah yang terlihat segar dan tangan mengusap lembut wajah dengan penuh gembira.	“Safi Expert Solutions Bio Skin Moisturizer, samarkan kerutan, kulit elastis kembali, cerah bercahaya”. (BI)
6	Ditampilkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions, beserta keterangan tulisan nama produk, logo halal dan slogan yang bertuliskan Halal, natural, teruji.	“Safi Expert Solutions. Halal, natural dan teruji”. (BI)
VIDEO 3		
7	Ditampilkan seorang bintang iklan (BI) yang berjalan menuju pintu yang bertuliskan Safi, setelah masuk ruangan bertemu rekannya dan menunjukan seorang ilmuwan yang sedang meneliti rambut menggunakan mikroskop kepada rekannya.	“Aku mau rekomen ini”. (BI)
8	Dalam audio visual iklan ditampilkan kemasan Shampo Safi Hair Xpert disertai gambar-gambar kandungan yang terdapat dalam shampo, lalu ditampilkan seorang Bintang iklan membelai sisir dengan jarinya.	“Inovsi baru dari Safi Research institute untuk atasi rambut rontok”. (Nr)
9	Seorang bintang iklan memperlihatkan kepada penonton shampo produk safi yang dipegannya, lalu disusul dengan ilustrasi gambar be berapa kemasan Shampo Safi Hair Xpert yang berwarna-warni.	“Safi Hair Xpert Treatment Shampoo, rambutku lebih kuat”. (Nr)
10	Seorang bintang iklan memperlihatkan kepada penonton shampo produk safi yang dipegannya, lalu disusul dengan ilustrasi gambar be berapa kemasan Shampo Safi Hair Xpert yang berwarna-warni.	“Karena shampo biasa tidak cukup, yuk sweep pakai Safi Hair Xpert Treatment Shampoo”. (BI)
VIDEO 4		
11	Ditampilkan ruang laboratorium pengecekan produk Safi dan ditampilkan sebuah botol Produk Safi	“Safi research Institute hadirkan Safi Gold Water Essence dengan Nano Gold 24 Karat” (Nr)

	yang dituangkan isinya. Selain itu, ditampilkan ilustrasi Nano Gold 24 Karat yang berkilauan	
12	Iklan menampilkan ilustrasi lapisan kulit wajah yang tertaburi ilustrasi Nano Gold yang meresap ke dalam kulit wajah, disertai keterangan tulisan “Kulit kusam, garis halus”. Selanjutnya tampak wajah cantik (tersenyum) dari Bintang iklan yang menyentuh lembut bagian kulit wajah dengan lembut menggunakan jari telunjuknya.	“Membantu melawan tanda penuaan dini, kulit tampak muda dan glowing”. (Nr)
VIDEO 5		
13	Video iklan menampilkan slide video yang bertulisan “Safi Research Institute”. Setelah itu, disusul dengan gambar produk Safi Acne Expert.	Safi research Institute hadirkan Safi Acne Expert dengan Rapid Action Technology”. (Nr)
14	Ditampilkan ilustrasi Neem extract, AHA, BHA. dilanjutkan dengan ilustrasi perubahan jerawat pada kulit wajah Bintang Iklan perempuan yang semakin mengempis dan tersamarkan.	“Neem extract, AHA, BHA lawan jerawat lebih cepat dalam waktu tiga hari”. (Nr)
15	Diakhir video ditampilkan wajah mulus Bintang Iklan perempuan dan beberapa produk Safi Acne Expert.	“Yuk Buktikan dengan Safi Acne Expert” (Nr)
VIDEO 6		
16	Video iklan menampilkan Bintang Iklan perempuan dengan wajah yang cerah berseri yang sedang melihat wajahnya di depan cermin dan dilanjutkan dengan melakukan aktivitas di luar ruangan dengan percaya diri. Selanjutnya ditampilkan produk Safi White Expert.	“Banyak aktivitas di luar ruangan. Tapi, tetap glowing tanpa make up. Hadirkan Safi White Expert dengan natural Ingredients yang halal” (Nr)
17	Video menampilkan Bintang Iklan yang memegang dan menunjukkan tiga buah produk Safi yaitu Skin REFEINER, Ultimate ESSENCE, Illuminating Day Cream.	“Maksimalkan cerahmu dengan tiga rangkaian, Skin REFEINER formulanya ringan lembut di wajah, Ultimate Essence mudah meresap dan mencerahkan, Illuminating day Cream melindungi wajah dari paparan sinar UV A dan UV B. (Nr)
18	Selanjutnya ditampilkan ilustrasi tiga tahapan perubahan pada wajah perempuan dari gelap hingga cerah. Ditampilkan juga ilustrasi produk Safi menutrisi kulit wajah perempuan, sehingga menjadi cerah dan bersih.	“Expert mencerahkan, menutrisi hingga ke dalam, kulit glowing dan terasa kenyal” (Nr)
19	Dalam iklan ditampilkan Bintang iklan perempuan yang sedang duduk dan di	“Pakai Safi White Expert autobright” (Nr)

	hadapannya terdapat tiga produk Safi, yaitu: Skin REFEINER, Ultimate ESSENCE, Illuminating Day Cream.	
20	Video iklan menampilkan beberapa produk Safi merek Safi White Expert dan disertai ilustrasi tulisan Halal, Natural dan teruji	“Safi, halal, natural dan teruji” (Nr)
VIDEO 7		
21	Video iklan menampilkan adegan dua perempuan Bintang iklan yang sedang mengobrol, bintang iklan ke satu bertanya kepada bintang iklan ke dua sambil mengamati dan memegang kerudung milik bintang iklan yang ke dua.	“Sudah pakai Sampo anti ketombe?” (BI) “Iya. Tapi masih ketombean” (BI)
22	Video iklan menampilkan ilustrasi gambar sebotol produk Safi Hair Xpert Anti Dandruf.	“Coba pakai Safi anti dandruf sampo” (Nr)
23	Video iklan menampilkan ilustrasi sebotol produk Safi Hair Xpert dan diikuti ilustrasi zat-zat yang terdapat dalam produk Safi Hair Xpert.	“Diformulasikan khusus untuk wanita berhijab” (Nr)
24	Video iklan menampilkan ilustrasi rambut dan zat-zat kandungan produk Safi Hair Xpert yang menyapu bersih ketombe yang di perbesar menggunakan alat Mikroskop.	“Lawan Ketombe sejak pemakaian pertama” (Nr)
25	Video iklan menampilkan Bintang iklan yang berhijab dengan raut muka yang gembira dan brekspresi segar. Selanjutnya, video iklan menampilkan ilustrasi empat botol produk Safi Hair Xpert.	“Yuk buktikan! Safi Hair Xpert Sampo” (Nr)
VIDEO 8		
26	Video iklan menampilkan ilustrasi Bintang iklan perempuan yang sedang selfi dengan Iphonenya. Lalu dengan ekspresi wajah kesal, Bintang Iklan tersebut memegang wajahnya. Selanjutnya ditampilkan video tampilan browsing di Iphonenya. Lalu ditampilkan ilustrasi tiga Bintang iklan dengan wajah kusam dan ekspresi kesal sambil meraba-raba kulit wajah dengan jarinya. Selanjutnya ditampilkan Bintang iklan melempar beberapa produk perawatan yang tidak dikenal mereknya.	“Setres banget deh, punya kulit sensitif. Browserify sampai galau, wajah masih kemerahan, gatal dan beruntusan. Hahh, cape perawatan tetap aja tidak mempan”. (Nr)

27	Ditampilkan Bintang iklan dengan muka cemberut dan ekspresi kesal, sambil mengetik di smartphonenya untuk meminta saran kepada temannya. Ditampilkan dalam monitor Smartphone Bintang iklan mendapat saran dari temannya (Bintang iklan berekspresi gembira)	“Minta saran deh”. (Nr)
28	Video iklan menampilkan ilustrasi slide yang bertuliskan Safi Research Institute. Lalu ditampilkan tiga produk Safi Dermasafe.	“Dari Safi Research Institute hadirkan safi Dermasafe dalam 3 Essential Kit.” (Nr)
29	Dalam video iklan ditampilkan ilustrasi perpaduan Licorice dan Chamomile. Lalu ditampilkan Bintang iklan dengan wajah yang cerah dan menyentuh lembut wajah cerahnya.	“Paduan Licorice dan Chamomile, merawat kulit sensitifmu.” (Nr)
30	Dalam video iklan ditampilkan ilustrasi yang bertuliskan “STEP 1” dan di ikuti dengan satu produk Safi Dermasafe Mild and Gentel.	“Step satu Mild and Gentle Gel Cleanser.” (Nr)
31	Dalam video iklan ditampilkan ilustrasi yang bertuliskan “STEP 2” dan di ikuti dengan satu produk Safi Dermasafe Hydrate & Fresh.	“Step dua, Hydrate and Fresh Booster Mist..” (Nr)
32	Dalam video iklan ditampilkan ilustrasi yang bertuliskan “STEP 3” dan di ikuti dengan satu produk Safi Dermasafe Shoothe & Hydrate.	“Step tiga, Shoothe & Hydrate Day Moisturizer.” (Nr)
33	Video iklan menampilkan slide ilustrasi Bintang iklan dengan wajah cerah. Lalu diikuti dengan bintang iklan dengan ekspresi ceria dan wajah yang cerah.	“Menghidrasi kulit, sejak pemakaian pertama. Wajah terhidrasi dan nyaman sepanjang hari.” (Nr)
VIDEO 9		
34	Ditampilkan dalam video iklan pada sebuah Kamar Tidur di atas kasur terdapat tiga Bintang Iklan perempuan yang sedang berkumpul, ada yang sedang membaca buku, ada yang sedang bermain Handphone dan ada yang sedang bersiap untuk berfoto selfi menggunakan Handphonenya.	“Girls, foto-foto!”
35	Dalam video iklan ditampilkan ada seorang bintang iklan yang sedang memperbesar foto wajah dirinya di sebuah Handphone dan kaget melihat wajahnya masih tampak setelah memakai filter. Lalu Bintang Iklan yang	Bintang Iklan 1: “iiih, jerawatku kok masih kelihatan sih difilterin?” (BI1) Bintang iklan 2: “Jerawat kok difilterin? Jerawat tuh ditanganin!”(BI2)

	kedua menasihati Bintang Iklan pertama tadi tentang cara menghilangkan jerawat.	
36	Video iklan menampilkan tiga orang Bintang iklan yang sedang berdiri bershad dan saling bertatapan. Lalu, Bintang Iklan yang ditengah menasihati Bintang Iklan yang berada di samping kanan dan kirinya.	“Jerawat jangan sampai bikin overthinking! Makanya, pakai ini aja, Safi Naturals.” (BI)
37	Video iklan menampilkan slide video yang bertulisan “Safi Research Institute”. Setelah itu, disusul dengan ilustrasi ruang laboratorium Produk Safi.	“Safi Research Institute, tahu yang terbaik untuk jerawatmu.” (Nr)
38	Video iklan menampilkan tiga orang perempuan Bintang Iklan yang sedang menunjukan wajah. Selanjutnya satu diantara ketiga Bintang iklan tersebut berselfi.	“Safi Naturals, valid no debat! Giliran kamu, lawan jerawat!” (Nr)
VIDEO 10		
39	Video iklan menampilkan ilustrasi ruang laboratorium visIDEO 11ual yang menampilkan gambar AC, Polusi, Masker yang berpindah karena digeser oleh Bintang Iklan. Selanjutnya ditampilkan gambar Produk Safi Hydraglow Waterbank Serum.	“AC, Polusi, Masker kulit dehidrasi. Cegah dengan Safi Waterbank Serum, dengan Hydra Active Technology dehidrasi sekarang, glowing kemudian.” (Nr)
VIDEO 11		
40	Video iklan menampilkan slide video yang bertulisan “Safi Research Institute”. Setelah itu, disusul dengan ilustrasi ruang laboratorium Produk Safi dan ditampilkan gambar Produk Safi Duo Lifting Serum.	“terbaru dari Safi Research Institute, Safi Duo Lifting Serum. Dengan kekuatan dobel eksen formula, perpaduan tiga bahan aktif, bantu kurangi tampilan dobel chin.” (Nr)
41	Video iklan menampilkan ilustrasi wajah perempuan Bintang Iklan yang sedang menunjukan wajah cerahnya dan menyentuh lembut dengan jarinya. Ditampilkan juga animasi kalender yang berhitung dari angka satu hingga empat belas.	“Double Chin berkurang, kulit kencang dan lembab. Chin Up hanya dalam empat belas hari.” (Nr)
VIDEO 12		
42	Video iklan menampilkan Bintang Iklan perempuan yang sedang live di sosial medianya sambil menunjukan salah satu produk Safi yaitu Safi Hair Xpert.	“Hai Guys! Inget kan waktu rambut aku rontok? Sampo biasa aja memang ngga cukup. Aku mau rekomen ini.”(BI)

43	Video iklan menampilkan slide video pintu laboratorium yang bertulisan “Safi Research Institute”.	“Inovasi baru dari Safi Research Institute untuk atasi rambut rontok.”(Nr)
44	Video iklan menampilkan satu botol produk Safi Hair Xpert, lalu ditampilkan ilustrasi empat bahan yang terkandung dalam produk Safi Hair Xpert dan terakhir ditampilkan ilustrasi helaian rambut yang panjang, bersih dan terlihat berkilau.	“Safi Hair Xpert Treatment Shampoo. Dengan kekuatan four Action Treatment yang menutrisi dan menguatkan dari akar hingga ujung rambut.” (BI)
45	Video iklan menampilkan Video Bintang Iklan yang sedang live di media sosialnya dengan smartphone sambil menunjukkan sisir yang bersih dari rambut rontok.	“Rambutku lebih kuat, harum sampai empat puluh delapan jam.” (BI)
46	Video menampilkan Bintang iklan yang sedang live di media sosialnya dengan menggunakan smartphone dan menunjukkan kembali satu botol Produk safi Hair Xpert.	“Karena sampo biasa tidak cukup. Yuk swipe Up ke Safi Hair Xpert Treatment Shampoo.” (BI)

Analisis data dalam penelitian ini meliputi tindak tutur ilokusi yang terdiri atas tindak tutur asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Peneliti mengidentifikasi setiap tuturan dalam iklan kanal Youtube Safi Indonesia unggahan video periode tahun 2021 dan 2022. Pada kanal Youtube Safi Indonesia unggahan priode tahun 2021 dan 2022 ditemukan sejumlah 12 video iklan kosmetik. Hakikat yang terkandung dalam setiap tuturan tindak tutur ilokusi ini hanya dapat dipahami apabila dihubungkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung sehingga dapat diketahui bahwa tuturan tersebut termasuk dalam kategori tindak tutur ilokusi. Latar belakang tersebut harus sama-sama dimiliki baik oleh penutur maupun mitra tutur, agar maksud yang disampaikan diterima dengan tepat. Berikut ini hasil analisis data dalam ilan kanal Youtube Safi Indonesia Unggahan Video tahun 2021 san 2022.

1. Video 1, link video: <https://youtu.be/9azLLPYI26c>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 10 januari 2021. Video ini berjudul “*Selamat Tinggal Kerutan Dengan Rutin Pakai Safi Expert Solutions – Milk Drop Serum Pagi & Malam Hari*”. Video ini berdurasi 15 detik.

Data 1

Konteks	Seorang Bintang Iklan (BI) yang sedang memegang kulit wajah yang dizoom 100 kali, sehingga tampak terlihat bagian kulit wajah yang bermasalah. Setelah itu ditampilkan gambar produk Kosmetik Safi Ekpert Solutions, beserta logo sertifikat halal dari MUI.
Tuturan	NR :” “ <i>Kulit dehidrasi, atasi dengan Safi Ekspert Solutions milk Drop Serum</i> ”.
Kode Data	A1
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)

Fungsi	Memberikan Saran
---------------	------------------

Gambar Pendukung:



Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan "**Kulit dehidrasi, atasi dengan Safi Ekspert Solutions milk Drop Serum**". Dalam tuturan tersebut dapat dikatakan bahwa penutur yaitu Narator (NR) memberikan saran kepada mitra tutur. Konteks yang melatarbelakangi tuturan tersebut ialah dalam video iklan ditampilkan bintang iklan memegang kulit wajah yang tampak terdapat permasalahan setelah di zoom 100x, selanjutnya ditampilkan gambar produk kosmetik Safi Ekspert Solutions, beserta logo sertifikat halal dari MUI. Berdasarkan situasi yang dialami bintang iklan membuat penutur mengujarkan sebuah ujaran yang berfungsi memberikan saran terhadap permasalahan wajah yang dialami bintang iklan agar menggunakan produk Safi Ekspert Solutions milk Drop Serum, sehingga dapat diketahui bahwa tuturan tersebut diperkuat dengan konteks yang melatarbelakanginya dapat disebut dengan tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memberikan saran.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Pada tuturan di atas penutur menginginkan mitra tutur untuk menghasilkan sebuah efek yaitu mengikuti atau melakukan saran yang telah diberikan. Tuturan tersebut menggunakan bahasa lisan dan disampaikan dengan suasana santai.

Data 2

Konteks	Seorang Bintang Iklan menunjukkan kulit wajah yang sangat mulus terawat. Pada video juga ditampilkan keterangan berbentuk presentase dari tuturan seorang Narator (Nr). Dalam video tersebut dicantumkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions.
Tuturan	NR : " <i>Melembabkan kulit, mengunci kelembaban, merawat lapisan kulit</i> ".
Kode Data	A1
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar Pendukung:





Gambar 1

termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan "***Melembabkan kulit, mengunci kelembaban, merawat lapisan kulit***". Dalam tuturan tersebut dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur asertif dengan fungsi memberitahu karena dilatarbelakangi oleh konteks saat tuturan berlangsung, yaitu seorang bintang iklan menunjukkan kondisi kulit wajah yang mulus, serta ditampilkan persentase dan produk yang digunakan sehingga memberitahu keunggulan setelah menggunakan produk Safi Expert Solution Milk.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle, dalam (Rusminto, 2020:55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Dalam tuturan tersebut, penutur menunjukkan dengan yakin dan penuh percaya diri bahwa setelah menggunakan produk kosmetik Safi Ekspert Solutions, kulit wajah akan mejadi lembab dan lapisan kulit terawat. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 3

Konteks	Ditampilkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions, beserta keterangan tulisan nama produk, logo halal dan slogan yang bertuliskan Halal, natural, teruji.
Tuturan	NR : " <i>Safi Expert Solutions. Halal, natural dan teruji</i> ".
Kode Data	A2
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar Pendukung:



Gambar 2

termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan "***Safi Expert Solutions. Halal, natural dan teruji***". Dapat dikatakan dengan benar bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberitahu karena dilatarbelakangi oleh konteks saat tuturan berlangsung. Penutur mengajarkan Safi expert solution halal natural dan

teruji dengan dibuktikan tampilan sebuah logo halal dan bersertifikasi. Dengan demikian tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle, dalam (Rusminto, 2020:55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tuturan yang diujarkan oleh penutur bersifat menunjukkan, karena penutur dapat memperlihatkan produk kosmetik Safi Expert Solutions, yang bertuliskan Halal, natural, teruji. Tuturan di atas disampaikan dengan bahasa lisan dan nada santai.

2. Video 2, link video: https://youtu.be/lmYO1Bsq_X0

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 18 Januari 2021. Video ini berjudul “*Bye Bye Wrinkles Akibat Paparan Sinar Matahari*”. Video ini berdurasi 14 detik.

Data 4

Konteks	Bintang iklan dengan ekspresi sedih sedang mengelus wajahnya sendiri.
Tuturan	BI : “ <i>Kerutan mulai tampak</i> ”.
Kode Data	A1
Jenis Tindak Tutur	TTE (Tindak Tutur Ekspresif)
Fungsi	Mengeluh (kesedihan)

Gambar Pendukung:



Gambar 4.4: ga

Berdasarkan tuturan tersebut, jenis tindak tutur ilokusi ekspresif dengan fungsi mengeluh. Dapat dilihat dari tuturan “*kerutan mulai tampak*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi ekspresif karena konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu penutur (bintang iklan) mengujarkan ujaran dengan mimik atau wajah yang sedih (mengeluh) karena terdapat permasalahan yang tampak pada wajahnya.

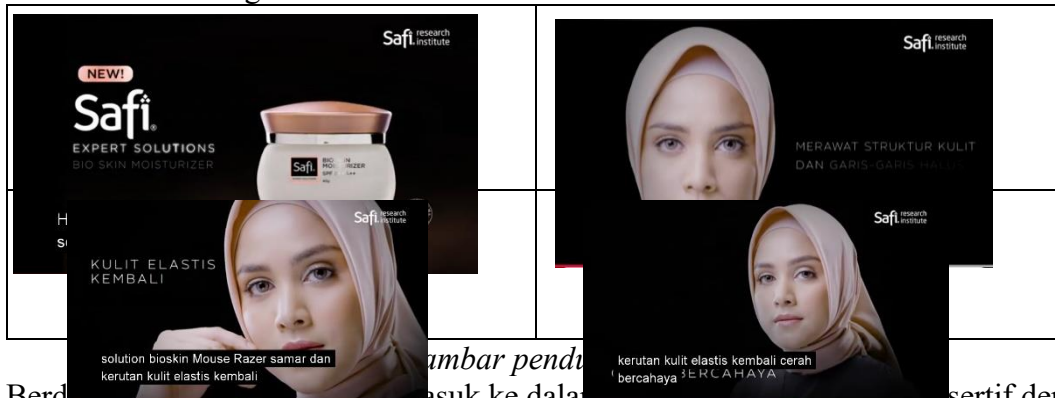
Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020: 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi ekspresif merupakan tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan dalam tuturan itu. Tuturan di atas termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi ekspresif karena dikaitkan dengan konteks saat tuturan berlangsung.

Data 5

Konteks	Ditampilkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions Bio Skin Moisturizer, dilengkapi dengan keterangan tulisan nama produk dan nama perusahaan serta disertai logo halal dari MUI. Selanjutnya Bintang Iklan memperlihatkan wajah yang cerah dengan ekspresi wajah yang terlihat segar dan tangan mengusap lembut wajah dengan penuh gembira.
----------------	--

Tuturan	BI : “ <i>Safi Expert Solutions Bio Skin Moisturizer, samarkan kerutan, kulit elastis kembali, cerah bercahaya</i> ”.
Kode Data	A3
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar Pendukung:



Berdasarkan gambar pendukung tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur asertif dengan fungsi memberi tahu. Dapat dilihat pada sebuah tuturan "*Safi Expert Solutions Bio Skin Moisturizer, samarkan kerutan, kulit elastis kembali, cerah bercahaya*". Dapat dikatakan benar bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur tilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena ditampilkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions Bio Skin Moisturizer, dilengkapi dengan keterangan tulisan nama produk dan nama perusahaan serta disertai logo halal dari MUI. Selanjutnya Bintang Iklan memperlihatkan wajah yang cerah dengan ekspresi wajah yang terlihat segar dan tangan mengusap lembut wajah dengan penuh gembira.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle, dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Dalam tuturan tersebut, penutur menyatakan dengan yakin bahwa produk kosmetik Safi Expert Solutions Bio Skin Moisturizer dapat menjadikan kerutan tersamarkan, kulit wajah kembali elastis dan kulit wajah menjadi cerah bercahaya. Tuturan tersebut dinyatakan oleh penutur kepada mitra tutur, karena bintang iklan memperlihatkan wajah yang cerah, sehingga penutur dapat menyatakan bahwa Safi Expert Solutions Bio Skin Moisturize

Data 6

Konteks	Ditampilkan gambar produk kosmetik Safi Expert Solutions, beserta keterangan tulisan nama produk, logo halal dan slogan yang bertuliskan Halal, natural, teruji.
Tuturan	BI : “ <i>Safi Expert Solutions. Halal, natural dan teruji</i> ”.
Kode Data	A4
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.6: Gambar pendukung

Berdasarkan tuturan tersebut, jenis tindak kultur di lokasi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan "**Safi Expert Solutions. Halal, natural dan teruji**". Dapat dikatakan benar bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu dilihat dari konteks yang melatarbelakangi saat tuturan tersebut berlangsung. Dapat dikatakan dengan benar bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberitahu karena dilatarbelakangi oleh konteks saat tuturan berlangsung. Penutur mengajarkan Safi expert solution halal natural dan teruji dengan dibuktikan tampilan sebuah logo halal dan bersertifikasi. Dengan demikian tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle, dalam (Rusminto, 2020:55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tuturan yang diujarkan oleh penutur bersifat menunjukkan, karena penutur dapat memperlihatkan produk kosmetik Safi Expert Solutions, yang bertuliskan Halal, natural, teruji. Tuturan di atas disampaikan dengan bahasa lisan dan nada santai.

3. Video 3, link video: <https://youtu.be/Kg4OEArg2lQ>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 26 Februari 2021. Video ini berjudul "*SafiHairXpert Untuk Atasi Masalah Rambut Rontok*". Video ini berdurasi 15 detik.

Data 7

Konteks	Ditampilkan seorang bintang iklan (BI) yang berjalan menuju pintu yang bertuliskan Safi, setelah masuk ruangan bertemu rekannya dan menunjukkan seorang ilmuwan yang sedang meneliti rambut menggunakan mikroskop kepada rekannya..
Tuturan	BI : " <i>Aku mau rekomen ini</i> ".
Kode Data	A2
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Memberikan saran

Gamar pendukung:



Gambar 4.7: Gambar pendukung

Berdasarkan tuturan tersebut, jenis tindak kultur di lokasi asertif dengan fungsi memberikan saran. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan "**Aku mau rekomen ini**".

Dapat dikatakan benar bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memberikan saran karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Penutur yaitu bintang iklan (BI) menghampiri ilmuwan yang sedang melakukan penelitian terhadap rambut dari mitra tutur lainnya. Bintang iklan mengujarkan kata "rekomendasi" dengan tujuan ingin memberikan saran, membenarkan atau menguatkan sebuah pernyataan.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Pada tuturan yang diujarkan penutur menginginkan efek yang dihasilkan oleh mitra tuturnya yaitu tindakan mengikuti saran yang diberikannya. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan nada santai.

Data 8

Konteks	Dalam audio visual iklan ditampilkan kemasan Shampo Safi Hair Xpert disertai gambar-gambar kandungan yang terdapat dalam shampo, lalu ditampilkan seorang Bintang iklan membelai sisir dengan jarinya.
Tuturan	BI : " <i>Inovasi baru dari Safi Research institute untuk atasi rambut rontok</i> ".
Kode Data	A5
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



fungsi memberi tahu. Dapat dilihat dari tuturan "*Inovasi baru dari Safi Research institute untuk atasi rambut rontok*". Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Ditampilkan menggunakan audio visual kemasan Safi Hair Xpert disertai dengan kandungan yang terdapat pada produk tersebut sehingga penutur (Bintang Iklan) mengujarkan beberapa keunggulan yang akan didapat apabila menggunakan Safi Hair Xpert. Penutur menyatakan bahwa produk yang akan dikeluarkan akan menjadi inovasi terbaru dari Safi Research institute untuk mengatasi rambut rontok.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle, dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tuturan yang disampaikan dengan maksud memberi tahu kepada mitra tutur produk Safi Hair Xpert memiliki fungsi untuk mengatasi rambut rontok. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 9

Konteks	Seorang bintang iklan memperlihatkan kepada penonton shampo produk safi yang dipegannya, lalu disusul dengan ilustrasi gambar beberapa kemasan Shampo Safi Hair Xpert yang berwarna-warni.
Tuturan	BI : <i>“Safi Hair Xpert Treatment Shampoo, rambutku lebih kuat”</i> .
Kode Data	A6
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Berdasarkan tuturan BI, dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteks dalam tuturan di atas adalah penutur (bintang iklan) memberi tahu informasi setelah ia melakukan perawatan dengan menggunakan produk Safi Hair Xpert Treatment Shampoo. Hasil yang didapatkan adalah rambutnya menjadi lebih kuat. Selain itu, ditampilkan ilustrasi gambar produk Safi Hair Xpert Treatment Shampoo agar mitra tutur mengetahui seperti apa kemasan pada produk Safi tersebut.

Hal tersebut sejalan dengan pandangan Searle, dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Dalam tuturan tersebut dapat dibuktikan kebenaran dari suatu produk apabila penutur sudah menggunakannya. Pada iklan tersebut penutur (BI) mengutarjan tuturan tersebut setelah ia menggunakan produk Safi Hair Xpert Treatment Shampoo. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 10

Konteks	Seorang bintang iklan memperlihatkan kepada penonton shampo produk safi yang dipegannya, lalu disusul dengan ilustrasi gambar beberapa kemasan Shampo Safi Hair Xpert yang berwarna-warni.
Tuturan	BI : <i>“Karena shampo biasa tidak cukup, yuk sweep pakai Safi Hair Xpert Treatment Shampoo”</i> .
Kode Data	A3
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Memberikan saran

Gambar pendukung:



fungsi memberikan saran. Hal tersebut dapat dilihat dari **“Karena shampo biasa tidak cukup, yuk sweep pakai Safi Hair Xpert Treatment Shampoo”**. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memberikan saran karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu ditampilkan dalam video iklan tersebut produk Shampo Safi Hair Xpert yang berwarna-warni yang dipegang oleh Bintang Iklan. Penutur sudah mencoba menggunakan shampoo biasa yang kurang memiliki kandungan untuk merawat rambutnya, maka dari itu ia memberikan saran untuk menggantikan shampoo biasa dengan produk Safi Hair Xpert Treatment Shampo yang memiliki banyak kandungan salah satunya mengatasi permasalahan rambut rontok agar menjadi lebih kuat.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Tuturan disampaikan dengan tujuan menginginkan mitra tutur untuk mengikuti saran yang diberikannya dengan mengganti shampoo biasa ke produk Safi Hair Xpert Treatment Shampo agar hasilnya tampak maksimal. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

4. Video 4, link video: <https://youtu.be/Kg4OEAArg2lQ>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 26 Februari 2021. Video ini berjudul **“SafiHairXpert Untuk Atasi Masalah Rambut Rontok”**. Video ini berdurasi 15 detik.

Data 11

Konteks	Ditampilkan ruang laboratorium pengecekan produk Safi dan ditampilkan sebuah botol Produk Safi yang dituangkan isinya. Selain itu, ditampilkan ilustrasi Nano Gold 24 Karat yang berkilauan.
Tuturan	NR : <i>“Safi research Institute hadirkan Safi Gold Water Essence dengan Nano Gold 24 Karat”</i> .
Kode Data	A7
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.11: *Gambar pendukung data 11*

Berdasarkan tuturan di atas, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “**Safi research Institute hadirkan Safi Gold Water Essence dengan Nano Gold 24 Karat.**”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya yaitu sedang berada di ruang laboratorium untuk melakukan pengecekan terhadap kandungan produk Safi Gold Water Essence, setelah dituangkan dengan menggunakan alat terlihat bahwa kandungan yang dimiliki produk Safi tersebut ialah Nano Golf 24 karat yang memiliki manfaat untuk kesehatan kulit wajah.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Saat melakukan pengecekan hasil lab, ditampilkan bukti kebenaran kandungan yang terdapat pada Safi Gold Water Essence untuk menguatkan pernyataan tersebut. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 12

Konteks	Iklan menampilkan ilustrasi lapisan kulit wajah yang tertaburi ilustrasi Nano Gold yang meresap ke dalam kulit wajah, disertai keterangan tulisan “Kulit kusam, garis halus”. Selanjutnya tampak wajah cantik (tersenyum) dari Bintang iklan yang menyentuh lembut bagian kulit wajah dengan lembut menggunakan jari telunjuknya.
Tuturan	NR : “ <i>Membantu melawan tanda penuaan dini, kulit tampak muda dan glowing</i> ”.
Kode Data	A8
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:

Gambar 4.12: *Gambar pendukung data 12*

Berdasarkan tuturan tersebut, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “**Menunda penuaan dini, kulit tampak muda dan glowing**”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Tuturan tersebut disampaikan oleh penutur Narator (Nr) dengan disertai konteks Bintang Iklan yang sedang menggunakan produk Safi Gold Water Essence dan melihat butiran yang meresap ke dalam kulit. Setelah meresap ke dalam kulit peroduk tersebut memiliki manfaat untuk menunda penuaan dini, kulit tampak muda dan glowing.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang

diujarkannya. Pada tuturan tersebut memiliki tujuan untuk memberi tahu informasi manfaat kulit wajah yang didapatkan setelah menggunakan produk Safi Gold Water Essence. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

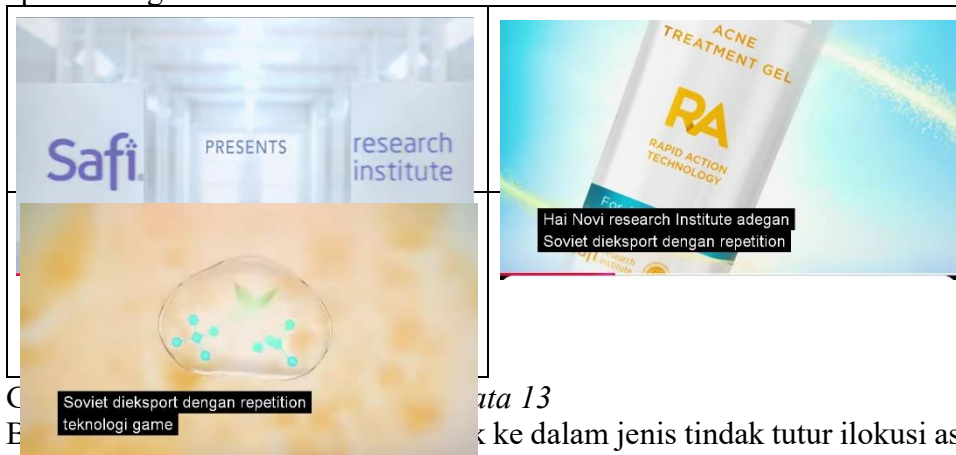
5. Video 5, link video: <https://youtu.be/Kg4OEArg2lQ>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 26 Februari 2021. Video ini berjudul “*SafiHairXpert Untuk Atasi Masalah Rambut Rontok*”. Video ini berdurasi 15 detik.

Data 13

Konteks	Video iklan menampilkan slide video yang bertulisan “Safi Research Institute”. Setelah itu, disusul dengan gambar produk Safi Acne Expert.
Tuturan	NR : “ <i>Safi research Institute hadirkan Safi Acne Expert dengan Rapid Action Technology</i> ”.
Kode Data	A9
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Dapat dilihat dari tuturan Narator (Nr) “*Safi research Institute hadirkan Safi Acne Expert dengan Rapid Action Technology*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya yaitu ditampilkan video yang berisi Safi Research Institute menghadirkan Safi Acne Xpert dengan menggunakan rapid Action yang sudah jelas teruji lab.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Dalam tuturan di atas dapat dibuktikan kebenarannya karena ditampilkan video Safi Research Institute menghadirkan Safi Acne Xpert dengan menggunakan rapid Action. Tuturan tersebut disampaikan dengan tujuan agar mitra tutur mengetahui informasi yang belum diketahuinya. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 14

Konteks	Ditampilkan ilustrasi Neem extract, AHA, BHA. dilanjutkan dengan ilustrasi perubahan jerawat pada kulit wajah Bintang Iklan perempuan yang semakin mengempis dan tersamarkan.
----------------	---

Tuturan	NR : “ <i>Neem extract, AHA, BHA lawan jerawat lebih cepat dalam waktu tiga hari</i> ”.
Kode Data	A10
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 14

terletak ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan Narator (Nr) “*Neem extract, AHA, BHA lawan jerawat lebih cepat dalam waktu tiga hari*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah terdapat bintang iklan yang memperlihatkan wajahnya dengan kondisi jerawat mengempis dan bekas jerawat tersamarkan setelah menggunakan produk Safi Acne Xpert.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tuturan tersebut diujarkan dengan tujuan memberi tahu efek yang dihasilkan dari penggunaan Safi Acne Xpert selama tiga hari yang memiliki fungsi mengempiskan dan menyamarkan bekas jerawat diwajah. Tuturan tersebut disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 15

Konteks	Diakhir video ditampilkan wajah mulus Bintang Iklan perempuan dan beberapa produk Safi Acne Expert.
Tuturan	NR : “ <i>Yuk Buktikan dengan Safi Acne Expert</i> ”.
Kode Data	A4
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Mengajak

Gambar pendukung:





Gambar 4.15: *Gambar pendukung data 15*

Berdasarkan tuturan di atas, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi mengajak. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*Yuk Buktikan dengan Safi Acne Expert*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi mengajak, yaitu dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah penutur mengajak mitra tutur untuk mencoba produk Safi Acne Xpert karena sudah dibuktikan oleh bintang iklan dengan menampilkan ilustrasi wajah yang mulus setelah pemakaian produk Safi Acne Xpert tersebut.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Dalam tuturan tersebut penutur menginginkan efek yang dilakukan oleh mitra tutur yaitu berupa

6. Video 6, link video: <https://youtu.be/Kg4OEAArg2lQ>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 26 Februari 2021. Video ini berjudul “*SafiHairXpert Untuk Atasi Masalah Rambut Rontok*”. Video ini berdurasi 15 detik.

Data 16

Konteks	Video iklan menampilkan Bintang Iklan perempuan dengan wajah yang cerah berseri yang sedang melihat wajahnya di depan cermin dan dilanjutkan dengan melakukan aktivitas di luar ruangan dengan percaya diri. Selanjutnya ditampilkan produk Safi White Expert.
Tuturan	NR : “ <i>Banyak aktivitas di luar ruangan. Tapi, tetap glowing tanpa make up. Hadirkan Safi White Expert dengan natural Ingredients yang halal</i> ”.
Kode Data	A11
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Berdasarkan tuturan di atas, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan Narator (Nr) **“Banyak aktivitas di luar ruangan. Tapi, tetap glowing tanpa make up. Hadirkan Safi White Expert dengan natural Ingredients yang halal”**. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah ditampilkan dalam video iklan dua Bintang Iklan perempuan yang sedang melihat dirinya di depan cermin, kemudian dilanjutkan melakukan aktivitas di luar ruangan dengan percaya diri. Bintang iklan tersebut digambarkan dengan percaya diri dapat melakukan aktivitas di luar ruangan tanpa khawatir cuaca panas karena telah menggunakan produk Safi White Xpert dengan natural ingredients yang halal.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tuturan di atas diujarkan dengan tujuan memberi tahu informasi produk Safi White Xpert yang membuat seseorang tampak lebih percaya diri dalam menjalani aktivitas di luar ruangan. Tuturan tersebut disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai

Data 17

Konteks	Video menampilkan Bintang Iklan yang memegang dan menunjukkan tiga buah produk Safi yaitu Skin REFEINER, Ultimate ESSENCE, Illuminating Day Cream.
Tuturan	NR : <i>“Maksimalkan cerahmu dengan tiga rangkaian, Skin REFEINER formulanya ringan lembut di wajah, Ultimate Essence mudah meresap dan mencerahkan, Illuminating day Cream melindungi wajah dari paparan sinar UV A dan UV B”</i> .
Kode Data	A12
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Berdasarkan tuturan di atas, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “**Maksimalkan cerahmu dengan tiga rangkaian, Skin REFEINER formulanya ringan lembut di wajah, Ultimate Essence mudah meresap dan mencerahkan, Illuminating day Cream melindungi wajah dari paparan sinar UVA dan UV B**”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteknya yaitu Bintang Iklan (BI) dengan tampilan muka bersi bercahaya yang sedang memegang tiga produk Safi yaitu Skin REFEINER, Ultimate ESSENCE, Illuminating Day Cream.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Pada tuturan di atas memberi tahu informasi hasil dari penggunaan produk safi tersebut sehingga termasuk ke dalam tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu.

Data 18

Konteks	Selanjutnya ditampilkan ilustrasi tiga tahapan perubahan pada wajah perempuan dari gelap hingga cerah. Ditampilkan juga ilustrasi produk Safi menutrisi kulit wajah perempuan, sehingga menjadi cerah dan bersih.
Tuturan	NR : “ <i>Expert mencerahkan, menutrisi hingga ke dalam, kulit glowing dan terasa kenyal</i> ”.
Kode Data	A13
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “**Expert mencerahkan, menutrisi hingga ke dalam, kulit glowing dan terasa kenyal**”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah ditampilkan ilustrasi tiga tahapan perubahan pada wajah perempuan dari gelap hingga cerah. Selain itu, ditampilkan juga ilustrasi dari produk Safi, yaitu untuk menutrisi kulit wajah perempuan sehingga menjadi cerah dan bersih. Apa yang ditampilkan berhubungan dengan deskripsi yang disampaikan oleh narrator terkait produk Safi tersebut.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang

diujarkannya. Tuturan tersebut disampaikan dengan tujuan memberi tahu informasi yang terdapat dalam produk Safi. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 19

Konteks	Dalam iklan ditampilkan Bintang iklan perempuan yang sedang duduk dan di hadapannya terdapat tiga produk Safi, yaitu: Skin REFEINER, Ultimate ESSENCE, Illuminating Day Cream.
Tuturan	NR : “ <i>Pakai Safi White Expert autobright</i> ”.
Kode Data	A5
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Memerintah

Gambar pendukung:



Gambar 4.19: *Gam*

Berdasarkan tuturan dan terdapat tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*Pakai Safi White Expert autobright*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu dalam video iklan ditampilkan seorang Bintang Iklan yang sedang duduk dan dihadapannya terdapat tiga produk Safi, yaitu: Skin REFEINER, Ultimate ESSENCE, Illuminating Day Cream. Pada tuturan yang disampaikan penutur (Nr) terlihat penggunaan kata “pakai” termasuk kategori kelas kata kerja. Kata kerja memiliki tujuan melakukan sebuah tindakan (memerintah).

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Tujuan tuturan tersebut adalah menghasilkan sebuah efek agar mitra tutur mengikuti apa yang diperintahkan. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 20

Konteks	Video iklan menampilkan beberapa produk Safi merek Safi White Expert dan disertai ilustrasi tulisan Halal, Natural dan teruji
Tuturan	NR : “ <i>Safi, halal, natural dan teruji</i> ”.
Kode Data	A14
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.20: *Gambar pendukung*
Berdasarkan tutur

tindakan tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan "***Safi Expert Solutions. Halal, natural dan teruji***". Dapat dikatakan dengan benar bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberitahu karena dilatarbelakangi oleh konteks saat tuturan berlangsung. Penutur mengajarkan Safi expert solution halal natural dan teruji dengan dibuktikan tampilan sebuah logo halal dan bersertifikasi. Dengan demikian tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle, dalam (Rusminto, 2020:55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tuturan yang diujarkan oleh penutur bersifat menunjukkan, karena penutur dapat memperlihatkan produk kosmetik Safi Expert Solutions, yang bertuliskan Halal, natural, teruji. Tuturan di atas disampaikan dengan bahasa lisan dan nada santai.

7. Video 7, link video: <https://youtu.be/Kg4OEArg2lQ>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 26 Februari 2021. Video ini berjudul "*SafiHairXpert Untuk Atasi Masalah Rambut Rontok*". Video ini berdurasi 15 detik.

Data 21

Konteks	Video iklan menampilkan adegan dua perempuan Bintang iklan yang sedang mengobrol, bintang iklan ke satu bertanya kepada bintang iklan ke dua sambil mengamati dan memegang kerudung milik bintang iklan yang ke dua.
Tuturan	BI : "Sudah pakai Sampo anti ketombe?". BI : " <i>Iya. Tapi masih ketombean</i> ".
Kode Data	A15
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.21: *Gambar pendukung*
Berdasarkan tutur

tindakan tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Dapat dilihat dari tuturan "***Iya. Tapi masih ketombean***". Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah penutur (bintang iklan 1) dan mitra tutur (bintang iklan 2) yang sedang melakukan percakapan dan dalam ujarannya menyampaikan kondisi rambutnya yaitu masih ketombean,

padahal sudah menggunakan shampoo anti ketombe. Ujaran tersebut termasuk ke dalam tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu kondisi mitra tutur.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut adalah untuk memberi tahu informasi yang belum diketahui mitra tutur lainnya. Tuturan disamaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 22

Konteks	Video iklan menampilkan ilustrasi gambar sebotol produk Safi Hair Xpert Anti Dandruf.
Tuturan	NR : <i>“Coba pakai Safi anti dandruf sampo”</i> .
Kode Data	A1
Jenis Tindak Tutur	TTK (Tindak Tutur Komisif)
Fungsi	Menawarkan

Gambar pendukung:



Gambar 4.22: *Ga*

Berdasarkan tuturan tersebut, dapat dilihat bahwa tindak tutur ilokusi komisif dengan fungsi menawarkan. Dapat dilihat pada tuturan *“Coba pakai Safi anti dandruf sampo”*. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi komisif karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Pada tuturan tersebut penutur (Nr) menawarkan untuk menggunakan produk Safi Anti Dandruf Shampo.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi komisif merupakan tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan di dalam tuturannya. Tuturan tersebut disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 23

Konteks	Video iklan menampilkan ilustrasi sebotol produk Safi Hair Xpert dan diikuti ilustrasi zat-zat yang terdapat dalam produk Safi Hair Xpert.
Tuturan	NR : <i>“Diformulasikan khusus untuk wanita berhijab”</i> .
Kode Data	A16
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.23: *Ga*

Berdasarkan tuturan di atas, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “***Diformulasikan khusus untuk wanita berhijab***”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya yaitu ditampilkan video yang berisi kandungan zat-zat yang aman digunakan khususnya untuk wanita berhijab. Biasanya wanita berhijab akan mencari shampoo untuk menimalisasi berminyak dan rontok. Maka dari itu, tujuan tuturan tersebut adalah untuk memberi tahu informasi yang belum diketahui.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tuturan tersebut berupa informasi yang disampaikan kepada mitra tutur. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 24

Konteks	Video iklan menampilkan ilustrasi rambut dan zat-zat kandungan produk Safi Hair Xpert yang menyapu bersih ketombe yang di perbesar menggunakan alat Mikroskop.
Tuturan	NR : “ <i>Lawan Ketombe sejak pemakaian pertama</i> ”.
Kode Data	A17
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.24: Ga

Berdasarkan tuturan tersebut, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari “***Lawan Ketombe sejak pemakaian pertama***”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu dalam video iklan ditampilkan ilustrasi rambut dan zat-zat kandungan produk Safi Hair Xpert yang menyapu bersih ketombe yang di perbesar menggunakan alat Mikroskop. Tuturan tersebut disampaikan dengan tujuan memberi tahu sebuah informasi kepada mitra tutur.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Bukti kebenarannya ditampilkan bahwa produk Safi dapat menyapu ketombe hingga bersih. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 25

Konteks	Video iklan menampilkan Bintang iklan yang berhijab dengan raut muka yang gembira dan brekspresi segar. Selanjutnya, video iklan menampilkan ilustrasi empat botol produk Safi Hair Xpert.
Tuturan	NR : “ <i>Yuk buktikan! Safi Hair Xpert Sampo</i> ”.
Kode Data	A6

Jenis Tindak Tutar	TTDir (Tindak Tutar Direktif)
Fungsi	Mengajak

Gambar pendukung:



Gambar 4.25: *Ga*
Berdasarkan tutur

ndak tutur ilokusi direktif dengan fungsi mengajak. Hal tersebut dapat diinat dari tuturan “*Yuk buktikan! Safi Hair Xpert Sampo*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi mengajak karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu iklan menampilkan Bintang Iklan dengan raut muka yang gembira, setelahnya ditampilkan 4 botol produk Safi Hair Xpert, dalam konteks tersebut diiringi dengan tuturan Narator yang menuturkan “Yuk buktikan! Safi hair Xpert Sampo”.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Tujuan diujarkannya tuturan tersebut adalah menghasilkan sebuah tindakan mengajak atau memberikan saran yaitu mitra tutur agar mencoba dan membuktikannya sendiri menggunakan produk Safi Xpert Shampoo.

8. Video 8, Link Video: <https://youtu.be/sBwEaBVMwGk?si=6NBWIXiuS3PC-TbC>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 24 Januari 2022. Video ini berjudul “*Mild & Gentle Skin Care untuk kulit sensitif*”. Video ini berdurasi 51 detik.

Data 26

Konteks	Video iklan menampilkan ilustrasi Bintang iklan perempuan yang sedang selfi dengan Iphonenya. Lalu dengan ekspresi wajah kesal, Bintang Iklan tersebut memegang wajahnya. Selanjutnya ditampilkan video tampilan browsing di Iphonenya. Lalu ditampilkan ilustrasi tiga Bintang iklan dengan wajah kusam dan ekspresi kesal sambil meraba-raba kulit wajah dengan jarinya. Selanjutnya ditampilkan Bintang iklan melempar beberapa produk perawatan yang tidak dikenal mereknya.
Tuturan	NR :” <i>Stres banget deh, punya kulit sensitif. Browserify sampai galau, wajah masih kemerahan, gatal dan beruntusan. Hahh, cape perawatan tetap aja tidak mempan</i> ”.
Kode Data	A2
Jenis Tindak tutur	TTE (Tindak Tutar Ekspresif)
Fungsi	Mengeluh (Kesedihan)

Gambar pendukung:



Data 26
 masuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi ekspresif dengan fungsi mengeluh (kesedihan). Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*Stres banget deh, punya kulit sensitif. Browserify sampai galau, wajah masih kemerahan, gatal dan beruntusan. Hahh, capek perawatan tetep aja tidak mempan*”. Dalam tuturan tersebut dapat dikatakan benar termasuk jenis tindak tutur ilokusi ekspresif dengan fungsi mengeluh karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteknya adalah penutur yaitu bintang iklan sedang selfie dan melihat kondisi wajah yang tidak mulus, dengan ekspresi kesal iya browsing untuk mencari kenapa bisa seperti itu sehingga bentuk mengeluh akibat produk yang digunakan tidak memiliki dampak pengaruh di kulit wajahnya yang masih bermasalah terdapat kemerahan, gatal dan beruntusan termasuk tuturan ilokusi ekspresif.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi ekspresif merupakan tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan dalam tuturan itu. Tuturan tersebut bertujuan untuk memberikan apa yang dirasakan oleh penutur.

Data 27

Konteks	Ditampilkan Bintang iklan dengan muka cemberut dan ekspresi kesal, sambil mengetik di smartphonena untuk meminta saran kepada temannya. Ditampilkan dalam monitor Smartphone Bintang iklan mendapat saran dari temannya (Bintang iklan berekspresi gembira)
Tuturan	NR :” <i>Minta saran deh</i> ”.
Kode Data	A7
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Memerintah

Gambar pendukung:



Gambar 4.27: Ga

Berdasarkan tuturan di atas, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan "***Minta saran deh***". Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi meminta saran dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu pada video iklan ditampilkan bintang iklan dengan muka cemberut dan ekspresi kesal, sambil mengetik di smartphonenya untuk meminta saran kepada temannya. Ditampilkan dalam monitor Smartphone Bintang iklan mendapat saran dari temannya (Bintang iklan berekspresi gembira). Sehingga tuturan tersebut menghasilkan efek yaitu sebuah tindakan memerintah agar diberika saran, untuk permasalahan yang dialami oleh Bintang iklan.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Penggunaan kata minta termasuk kategori kelas kata kerja, di mana menghasilkan tindakan berupa perintah meminta saran. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 28

Konteks	Video iklan menampilkan ilustrasi slide yang bertuliskan Safi Research Institute. Lalu ditampilkan tiga produk Safi Dermasafe.
Tuturan	NR :" <i>Dari Safi Research Institute, hadirkan safi Dermasafe dalam 3 Essential Kit.</i> "
Kode Data	A18
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.28: Ga dari sopir research Institute hadirkan safir magnet dalam freezer Zakir

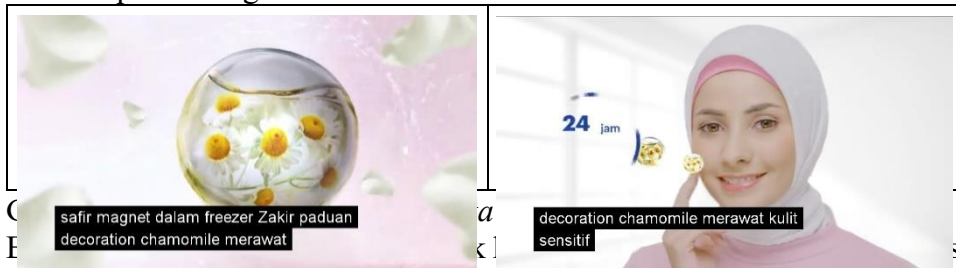
Berdasarkan tutu indak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan "***Dari Safi Research Institute, hadirkan safi Dermasafe dalam 3 Essential Kit***". Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusk asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah ditampilkan sebuah iklan dengan tujuan memberi tahukan informasi bahwa Safi Research Institute menghadirkan tiga produk safi dermasafe dalam 3 essential kit.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut untuk menginformasikan atau memberi tahu terkait rangkaian yang terdapat dalam produk Safi Dermasafe. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 29

Konteks	Dalam video iklan ditampilkan ilustrasi perpaduan Licorice dan Chamomile. Lalu ditampilkan Bintang iklan dengan wajah yang cerah dan menyentuh lembut wajah cerahnya.
Tuturan	NR :” <i>Paduan Licorice dan Chamomile, merawat kulit sensitifmu.</i> ”
Kode Data	A19
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



sertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*Paduan Licorice dan Chamomile, merawat kulit sensitifmu*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu ditampilkan gambar perpaduan Licorice dan Chamomile yang digunakan untuk kulit yang sensitif, sehingga kulit sensitif tersebut menjadi terlihat lebih terawat.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan di atas adalah menginformasikan atau memberi tahu bahwa dengan memadukan licorice dan chamomile memiliki fungsi untuk merawat kulit sensitive. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 30

Konteks	Dalam video iklan ditampilkan ilustrasi yang bertuliskan “STEP 1” dan di ikuti dengan satu produk Safi Dermasafe Mild and Gentel.
Tuturan	NR :” <i>Step satu Mild and Gentle Gel Cleanser.</i> ”
Kode Data	A20
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



sertif dengan fungsi memberi tahu. Dapat dilihat pada tuturan “*Step satu Mild and Gentle Gel Cleanser*”.

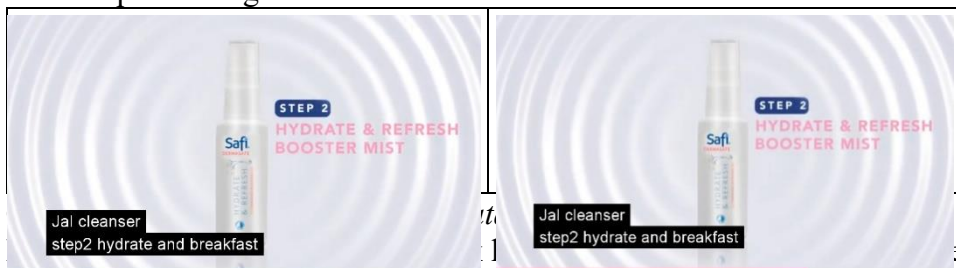
Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah penutur memberikan informasi terkait cara penggunaan produk Safi Dermasafe Mild an Gentle yang terdiri atas beberapa step (tahapan) pada tuturan tersebut merupakan step satu.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut memberi tahu step 1 (langkah pertama) dalam menggunakan produk Safi Dermasafe Mild and Gantle. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 31

Konteks	Dalam video iklan ditampilkan ilustrasi yang bertuliskan “STEP 2” dan di ikuti dengan satu produk Safi Dermasafe Hydrate & Fresh.
Tuturan	NR: “ <i>Step dua, Hydrate and Fresh Booster Mist</i> ”.
Kode Data	A21
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



gambar pendukung tersebut dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*Step dua, Hydrate and Fresh Booster Mist*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah penutur memberikan informasi terkait cara penggunaan produk Safi Dermasafe Mild an Gentle yang terdiri atas beberapa step (tahapan) pada tuturan tersebut merupakan step kedua. Tuturan tersebut ditujukan untuk memberi tahu.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut adalah memberi tahu langkah selanjutnya yaitu dengan menggunakan hydrate and fresh booster mist. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 32

Konteks	Dalam video iklan ditampilkan ilustrasi yang bertuliskan “STEP 3” dan di ikuti dengan satu produk Safi Dermasafe Shoothe & Hydrate.
Tuturan	NR : “ <i>Step tiga, Shoothe & Hydrate Day Moisturizer.</i> ”
Kode Data	A22

Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.32: *Ga*
Berdasarkan tutur

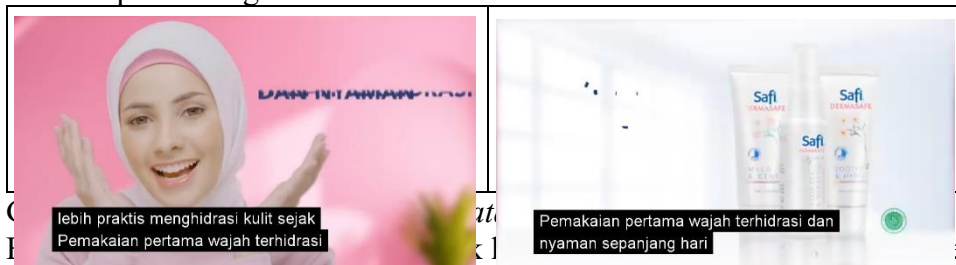
indak tutur asertif dengan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*Step tiga, Shoothe & Hydrate Day Moisturizer*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah penutur memberikan informasi terkait cara penggunaan produk Safi Dermasafe Mild an Gentle yang terdiri atas beberapa step (tahapan) pada tuturan tersebut merupakan step ketiga. Tuturan tersebut merupakan lanjutan dari rangkaian sebelumnya yang ditujukan kepada mitra tutur dalam penggunaan produk safi.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut adalah agar mitra tutur mengetahui informasi dari langkah penggunaan produk Safi dengan benar. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 33

Konteks	Video iklan menampilkan slide ilustrasi Bintang iklan dengan wajah cerah. Lalu diikuti dengan bintang iklan dengan ekspresi ceria dan wajah yang cerah.
Tuturan	NR: “ <i>Menghidrasi kulit, sejak pemakaian pertama. Wajah terhidrasi dan nyaman sepanjang hari.</i> ”
Kode Data	A23
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



ngan fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*Menghidrasi kulit, sejak pemakaian pertama. Wajah terhidrasi dan nyaman sepanjang hari.*” Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Ditampilkan

video bintang iklan saat pemakaian pertama produk Safi yang dirasakan adalah produk tersebut dapat menghidrasi kulit sehingga wajah terhidrasi dan nyaman aktivitas sepanjang hari.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut adalah memberi tahu informasi setelah penggunaan hari pertama produk Safi. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

9. Video 9, Link : <https://youtu.be/dLN0CCJa6YI?si=ICnrVVcgPvEdvBXq>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 23 Februari 2022. Video ini berjudul “*Safi Naturals Tea Tree Oil #JerawatNoNoNo*”. Video ini berdurasi 59 detik.

Data 34

Konteks	Ditampilkan dalam video iklan pada sebuah Kamar Tidur di atas kasur terdapat tiga Bintang Iklan perempuan yang sedang berkumpul, ada yang sedang membaca buku, ada yang sedang bermain Handphone dan ada yang sedang bersiap untuk berfoto selfi menggunakan Handphonenya.
Tuturan	NR:” <i>Girls, foto-foto!</i> ”
Kode Data	A8
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Memerintah

Gambar pendukung:



Gambar 4.34: *Ga*

Berdasarkan tuturan **“Girls, foto-foto!”** dan tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah. Hal tersebut dapat dilihat dari tururan **“Girls, foto-foto!”**. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteknya adalah ditampilkan dalam video iklan pada sebuah Kamar Tidur di atas kasur terdapat tiga Bintang Iklan perempuan yang sedang berkumpul, ada yang sedang membaca buku, ada yang sedang bermain Handphone dan ada yang sedang bersiap untuk berfoto selfi menggunakan Handphonenya. Tujuan tuturan tersebut adalah agar mitra tutur mengikuti apa yang diperintahkan penutur.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Tujuan tuturan tersebut menghasilkan efek suatu tindakan yang diinginkan penutur yaitu berfoto bersama. Tuturan tersebut disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 35

Konteks	Dalam video iklan ditampilkan ada seorang bintang iklan yang sedang memperbesar foto wajah dirinya di sebuah Handphone dan kaget melihat wajahnya masih tampak
----------------	--

	setelah memakai filter. Lalu Bintang Iklan yang kedua menasihati Bintang Iklan pertama tadi tentang cara menghilangkan jerawat.
Tuturan	B1 :” Iiih, jerawatku kok masih kelihatan sih difilterin?” (B1) Bintang iklan 2: “ <i>Jerawat kok difilterin? Jerawat tuh ditanganin!</i> ”
Kode Data	A9
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Memerintah

Gambar pendukung:



ektif dengan fungsi memerintah. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*Jerawat kok difilterin? Jerawat tuh ditanganin!*” dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah adalah dengan mengaitkan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah penutur sedang memperbesar foto, kemudian masih tampak permasalahan padahal ia sudah menggunakan filter. Mitra tutur (bintang iklan) memberikan efek sebuah tindakan yaitu memerintah sehingga termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Tujuan tuturan tersebut adalah memerintah mitra tutur untuk menangani permasalahan yang tampak pada kulit wajahnya dengan tepat. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 36

Konteks	Video iklan menampilkan tiga orang Bintang iklan yang sedang berdiri bershaf dan saling bertatapan. Lalu, Bintang Iklan yang ditengah menasihati Bintang Iklan yang berada di samping kanan dan kirinya.
Tuturan	BI : “ <i>Jerawat jangan sampai bikin overthinking! Makanya, pakai ini aja, Safi Naturals.</i> ”
Kode Data	A10
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Memerintah

Gambar pendukung:



aktif dengan fungsi memerintah. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “***Jerawat jangan sampai bikin overthinking! Makanya, pakai ini aja, Safi Naturals***”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah karena mengaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah penutur (bintang iklan) sedang berhadapan-hadapan dengan bintang iklan lainnya lalu mengujarkan tuturan agar menggunakan safi Naturals yang berada di tangannya, dengan maksud memerintah.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle, dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Tujuan tuturan tersebut adalah menginginkan mitra tutur untuk menggunakan produk yang telah disarankannya. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 37

Konteks	Video iklan menampilkan slide video yang bertulisan “Safi Research Institute”. Setelah itu, disusul dengan ilustrasi ruang laboratorium Produk Safi.
Tuturan	NR :” <i>Safi Research Institute, tahu yang terbaik untuk jerawatmu.</i> ”
Kode Data	A24
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “***Safi Research Institute, tahu yang terbaik untuk jerawatmu***”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu karena berkaitan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu dalam video iklan ditampilkan slide video yang bertulisan “Safi Research Institute”. Setelah itu, disusul dengan ilustrasi ruang laboratorium Produk Safi dan para pakar laboratorium yang sedang melakukan pengecekan dengan teliti pada komputernya. Sehingga dapat diketahui berdasarkan konteks yang melatarbelakanginya, bahwa tuturan dari Narator tersebut termasuk ke dalam tindak tutur ilokusi Asertif dengan fungsi memberi tahu.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Pada tuturan tersebut penutur (Nr) memberikan informasi kepada mitra tutur bahwa Safi research Institute tahu yang terbaik untuk permasalahan jerawat. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai

Data 38

Konteks	Video iklan menampilkan tiga orang perempuan Bintang Iklan yang sedang menunjukkan wajah. Selanjutnya satu diantara ketiga Bintang iklan tersebut berselfi.
Tuturan	NR :” <i>Safi Naturals, valid no debat! Giliran kamu, lawan jerawat!</i> ”
Kode Data	A11
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)
Fungsi	Memerintah

Gambar pendukung:



ita 38

ke dalam jenis tindak tutur direktif dengan fungsi memerintah. Hal tersebut terlihat dari tuturan “*Safi Naturals, valid no debat! Giliran kamu, lawan jerawat*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu video iklan menampilkan tiga orang perempuan Bintang Iklan yang sedang menunjukkan wajah. Selanjutnya satu diantara ketiga Bintang iklan tersebut berselfi. Selain itu, terdapat penggunaan kata “lawan” yang termasuk kategori kelas kata kerja. Sehingga dapat diketahui maksudnya ialah tuturan Narator tersebut memerintah untuk melawan jerawat dengan produk safi Naturals.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Tujuan tuturan tersebut adalah menghasilkan efek suatu tindakan yaitu berupa perintah untuk melawan jerawat. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

10. Video 10, link : <https://youtu.be/0AfstsTfzVc?si=IRa1cyrytVwHX5Mp>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 25 Mei 2022. Video ini berjudul “*Hidrasi Sekarang Glowing Kemudian dengan Safi Glow Water Bank Serum*”. Video ini berdurasi 15 detik.

Data 39

Konteks	Video iklan menampilkan ilustrasi ruang laboratorium video visual yang menampilkan gambar AC, Polusi, Masker yang berpindah karena digeser oleh Bintang Iklan. Selanjutnya ditampilkan gambar Produk Safi Hydraglow Waterbank Serum
Tuturan	NR:“ <i>AC, Polusi, Masker kulit dehidrasi. Cegah dengan Safi Waterbank Serum, dengan Hydra Active Technology dehidrasi sekarang, glowing kemudian.</i> ”
Kode Data	A25
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan “*AC, Polusi, Masker kulit dehidrasi. Cegah dengan Safi Waterbank Serum, dengan Hydra Active Technology dehidrasi sekarang, glowing kemudian.*” Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung. Konteksnya adalah video iklan menampilkan ilustrasi ruang laboratorium video visual yang menampilkan gambar AC, Polusi, Masker yang berpindah karena digeser oleh Bintang Iklan. Selanjutnya ditampilkan gambar Produk Safi Hydraglow Waterbank Serum. Sehingga tuturan yang dituturkan oleh Narator termasuk ke dalam Ilokusi Asertif dengan fungsi memberi tahu bahwa polusi, kulit dehidrasi dapat diatasi dengan Safi Waterbank Serum.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif merupakan ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut adalah agar mitra tutur mengetahui sebuah

informasi yang belum diketahuinya. Tuturan tersebut disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

11. Video 11, link Video : <https://youtu.be/cf9I-hOOi4s?si=hGhD1rdZzUZJO2dA>

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 23 September 2022. Video ini berjudul “*Rahasia Double Chin Tersamarkan dengan Safi Duo Lifting Serum*”. Video ini berdurasi 28 detik.

Data 40

Konteks	Video iklan menampilkan slide video yang bertulisan “Safi Research Institute”. Setelah itu, disusul dengan ilustrasi ruang laboratorium Produk Safi dan ditampilkan gambar Produk Safi Duo Lifting Serum.
Tuturan	NR :” <i>Terbaru dari Safi Research Institute, Safi Duo Lifting Serum. Dengan kekuatan dobel eksen formula, perpaduan tiga bahan aktif, bantu kurangi tampilan dobel chin.</i> ”
Kode Data	A26
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Tuturan tersebut dapat dilihat dari “*Terbaru dari Safi Research Institute, Safi Duo Lifting Serum. Dengan kekuatan dobel eksen formula, perpaduan tiga bahan aktif, bantu kurangi dobel chin*”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu adalah dengan mengaitkan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu video iklan menampilkan slide video yang bertulisan “Safi Research Institute”. Setelah itu, disusul dengan ilustrasi ruang laboratorium Produk Safi dan ditampilkan gambar Produk Safi Duo Lifting Serum. Sehingga tuturan yang

dituturkan oleh Narator termasuk ke dalam Ilokusi Asertif dengan fungsi memberi tahu bahwa double chin pada kulit dapat diatasi dengan Safi Duo Lifting serum.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut adalah untuk menginformasikan kandungan yang terdapat pada produk Safi Duo Lifting Serum. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 41

Konteks	Video iklan menampilkan ilustrasi wajah perempuan Bintang Iklan yang sedang menunjukkan wajah cerahnya dan menyentuh lembut dengan jarinya. Ditampilkan juga animasi kalender yang berhitung dari angka satu hingga empat belas.
Tuturan	NR : <i>“Double Chin berkurang, kulit kencang dan lembab. Chin Up hanya dalam empat belas hari.”</i>
Kode Data	A27
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.41: *Ga*
Berdasarkan tutura

ndak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Dapat dilihat dari tuturan *“Double Chin berkurang, kulit kencang dan lembab. Chin Up hanya dalam empat belas hari”*. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar adalah dengan mengaitkan konteks saat tuturan berlangsung. Konteknya adalah video iklan menampilkan ilustrasi wajah perempuan Bintang Iklan yang sedang menunjukkan wajah cerahnya dan menyentuh lembut dengan jarinya, setelah melakukan pemakaian produk Safi. Ditampilkan juga animasi kalender yang berhitung dari angka satu hingga empat belas.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut adalah memberi tahu jangka waktu yang didapatkan dari hasil penggunaan peoduk Safi. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

12. Video 12, Link : https://youtu.be/d_WN5C-lglo?si=I4PL5gHiRny4HB0p

Video iklan yang didapat dari Kanal YouTube Safi Indonesia, yang diunggah pada 7 November 2022. Video ini berjudul *“#SafiHairXpert Untuk Atasi Masalah Rambut Rontok”*. Video ini berdurasi 31 detik.

Data 42

Konteks	Video iklan menampilkan Bintang Iklan perempuan yang sedang live di sosial medianya sambil menunjukkan salah satu produk Safi yaitu Safi Hair Xpert.
Tuturan	BI: <i>“Hai Guys! Inget kan waktu rambut aku rontok? Sampo biasa aja memang ngga cukup. Aku mau rekomen ini.”</i>
Kode Data	A2
Jenis Tindak Tutur	TTK (Tindak Tutur Komisif)
Fungsi	Menawarkan

Gambar pendukung:



dengan fungsi menawarkan. Dapat dilihat dari tutuan *“Hai Guys! Inget kan waktu rambut aku rontok? Sampo biasa aja memang ngga cukup. Aku mau rekomen ini”*. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi komisif menawarkan adalah dengan melihat konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu video iklan menampilkan Bintang Iklan perempuan yang sedang live di sosial medianya sambil menunjukkan salah satu produk Safi yaitu Safi Hair Xpert. Sehingga tuturan dari Bintang iklan tersebut berdasarkan konteks yang melatarbelakanginya termasuk ke dalam tindak tutur ilokusi komisif dengan fungsi menawarkan, yaitu Bintang iklan menawarkan kepada penonton untuk mencoba Safi Hair Xpert untuk mengatasi rambut rontoknya.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi komisif merupakan tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan di dalam tuturannya. Tujuan tuturan tersebut adalah memberikan penawaran atas rekomendasi yang telah diberikan penutur. Tuturan disampaikan dengan menggunakan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 43

Konteks	Video iklan menampilkan slide video pintu laboratorium yang bertulisan “Safi Research Institute”.
Tuturan	NR: <i>“Inovasi baru dari Safi Research Institute untuk atasi rambut rontok”</i> .
Kode Data	A29
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:





Gambar 4.43: *Gambar pendukung data 43*

Berdasarkan tuturan di atas, termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Dapat dilihat pada tuturan “*Inovasi baru dari Safi Research Institute untuk atasi rambut rontok*” dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu karena mengaitkan dengan konteks saat tuturan berlangsung, yaitu video iklan menampilkan slide video pintu laboratorium yang bertulisan “Safi Research Institute.” Tuturan yang diujarkan penutur (NR) memberikan informasi terkait inovasi terbaru dari produk Safi Research Institute.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuannya adalah untuk memberikan tahu informasi kepada mitra tutur. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 44

Konteks	Video iklan menampilkan satu botol produk Safi Hair Xpert, lalu ditampilkan ilustrasi empat bahan yang terkandung dalam produk Safi Hair Xpert dan terakhir ditampilkan ilustrasi helaian rambut yang panjang, bersih dan terlihat berkilau.
Tuturan	NR“ <i>Safi Hair Xpert Treatment Shampoo. Dengan kekuatan four Action Treatment yang menutrisi dan menguatkan dari akar hingga ujung rambut.</i> ”
Kode Data	A 28
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



...ta 44
 ...uk ke dalam tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Dapat dilihat dalam tuturan “*Safi Hair Xpert Treatment Shampoo. Dengan kekuatan four Action Treatment yang menutrisi dan menguatkan dari akar hingga*

ujung rambut.” Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar adalah dengan mengaitkan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu video iklan menampilkan satu botol produk Safi Hair Xpert, lalu ditampilkan ilustrasi empat bahan yang terkandung dalam produk Safi Hair Xpert dan terakhir ditampilkan ilustrasi helaian rambut yang panjang, bersih dan terlihat berkilau. Tuturan tersebut memberi tahu informasi keunggulan produk Safi Hair Xpert Treatment shampo.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam pandangan (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi terkait produk Safi. Tuturan tersebut disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 45

Konteks	Video iklan menampilkan Video Bintang Iklan yang sedang live di media sosialnya dengan smartphone sambil menunjukkan sisir yang bersih dari rambut rontok.
Tuturan	BI :” <i>Rambutku lebih kuat, harum sampai empat puluh delapan jam.</i> ”
Kode Data	A30
Jenis Tindak Tutur	TTA (Tindak Tutur Asertif)
Fungsi	Memberi tahu

Gambar pendukung:



Gambar 4.45: Gambar pendukung

Berdasarkan tuturan tersebut dapat diidentifikasi sebagai tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberi tahu. Tuturan tersebut dapat diidentifikasi pada “***Rambutku lebih kuat, harum sampai empat puluh delapan jam***”. Dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur ilokusi asertif memberi tahu karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu video iklan menampilkan video Bintang Iklan yang sedang live di media sosialnya dengan smartphone sambil menunjukkan sisir yang bersih dari rambut rontok.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) bahwa tindak tutur ilokusi asertif ialah tuturan yang mengikat penuturnya atas kebenaran yang diujarkannya. Tujuan tuturan tersebut adalah memberi tahu informasi setelah penggunaan shampoo rambut menjadi kuat, harum sampai empat puluh delapan jam. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Data 46

Konteks	Video menampilkan Bintang iklan yang sedang live di media sosialnya dengan menggunakan smartphone dan menunjukkan kembali satu botol Produk safi Hair Xpert.
Tuturan	BI :” <i>Karena sampo biasa tidak cukup. Yuk swipe Up ke Safi Hair Xpert Treatment Shampoo.</i> ”
Kode Data	A12
Jenis Tindak Tutur	TTDir (Tindak Tutur Direktif)

Fungsi	Memerintah
---------------	------------

Gambar pendukung:



Gambar 4.46: Gambar pendukung

Berdasarkan tuturan tersebut, dapat dikatakan bahwa tuturan tersebut merupakan tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah. Hal tersebut dapat dituntut dari tuturan “**karena shampo biasa tidak cukup. Yuk swipe Up ke Safi Hair Xpert Treatment Shampoo**”. Dapat dikatakan benar termasuk ke dalam jenis tindak tutur direktif dengan fungsi memerintah karena dikaitkan dengan konteks yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung, yaitu video menampilkan Bintang iklan yang sedang live di media sosialnya dengan menggunakan smartphone dan menunjukkan kembali satu botol Produk safi Hair Xpert. Selain itu juga, terdapat kata kerja dengan maksud memerintah agar mitra tutur mengikuti apa yang diperintahkan. Sehingga, tuturan tersebut termasuk ke dalam tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi memerintah, yaitu tuturan bintang iklan (BI) memerintah agar mitra tutur swipe up ke Safi Hair Xpert Treatment Shampoo.

Hal tersebut selaras dengan pandangan Searle dalam (Rusminto, 2020 : 55) mengatakan bahwa tindak tutur ilokusi direktif merupakan tindakan yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan dari mitra tutur, seperti memerintah, memesan dan memberikan saran. Tujuan tuturan tersebut adalah agar mitra tutur mengikuti apa yang diperintahkannya. Tuturan disampaikan dengan bahasa lisan dan suasana santai.

Pembahasan

Data Penelitian ini meliputi lima jenis tindak tutur ilokusi yaitu ilokusi asertif, ilokusi direktif, ilokusi komisif, ilokusi ekspresif dan ilokusi deklaratif. Kelima bentuk tindak tutur ilokusi tersebut memiliki makna yang beragam, misalnya ilokusi asertif menyatakan sesuatu, melaporkan, mengemukakan pendapat. Ilokusi direktif, yaitu memerintah, memohon, dan memesan. Pada penelitian ini paling banyak ditemukan adalah tindak tutur ilokusi asertif, yaitu sebanyak 30 (Tiga puluh) data. Namun demikian, dalam Iklan kanal Youtube Safi Indonesia unggahan video periode tahun 2021 dan 2022 tidak ditemukan adanya tindak tutur ilokusi deklaratif, hal ini dikarenakan pada kanal Youtube Safi Indonesia unggahan video periode tahun 2021 dan 2022 tidak ada tuturan yang memiliki makna seperti, memecat, menjatuhkan hukuman, membaptis dan memberi nama. Hakikat makna yang terkandung dalam tindak tutur ilokusi hanya dapat dipahami jika berkaitan dengan konteks yang melatarbelakangi tuturan tersebut.

1. Jenis Tindak Tutur Ilokusi

Searle dalam (Rusminto, 2015:66) mengungkapkan bahwa tindak tutur berkaitan dengan mengkaji makna bahasa yang didasarkan pada hubungan tuturan dengan tindakan yang dilakukan oleh penutur. Dalam pandangan Searle menyebutkan bahwa 1) tuturan merupakan sarana utama komunikasi, dan 2) tuturan baru memiliki makna apabila direalisasikan dalam bentuk tindak komunikasi, misalnya pernyataan, perintah dan permintaan. Searle dalam (Rusminto, 2015:69) mengungkapkan bahwa setiap tuturan mengandung arti tindakan yang disebut tindak tutur ilokusi. Maksud dari setiap tuturan mengandung arti tindakan yaitu setiap tuturan memiliki makna tersendiri yang membuat mitra tutur melakukan suatu tindakan. Tindak tutur ilokusi muncul dilatarbelakangi oleh konteks saat tuturan berlangsung sehingga adanya pesan yang ingin disampaikan dari penutur kepada mitra tutur. Berikut ini adalah tindak

tutur ilokusi yang terdapat dalam Iklan kanal Youtube Safi Indonesia unggahan video periode tahun 2021 dan 2022.

a. Tindak Tutur Ilokusi Asertif

Searle dalam (Rusminto, 2020:55) mengungkapkan bahwa tindak tutur ilokusi asertif (assertive) yaitu tindak tutur yang mengikat penuturnya pada kebenaran preposisi yang diungkapkan. Misalnya menyatakan, memberi tahu, melaporkan dan mengemukakan pendapat. Dalam penelitian ini, tuturan yang ditemukan pada pada Iklan kanal Youtube Safi Indonesia unggahan video periode tahun 2021 dan 2022 dengan jumlah terbanyak adalah Ilokusi Asertif yaitu 30 (Tiga puluh data) Berikut ini fungsi yang terdapat dalam setiap tuturan pada video iklan Kanal Youtube Safi Indonesia dengan keseluruhan 12 video yang diunggah pada periode 2021 dan 2022 antara lain, data ke-1 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-2 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-3 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-5 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-6 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-8 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-9 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-11 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-12 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-13 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-14 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-16 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-17 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-18 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-20 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-21 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-23 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-24 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-28 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-29 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-30 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-31 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-32 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-33 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-37 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-39 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-40 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-41 memiliki fungsi memberi tahu, data ke-43 memiliki fungsi memberi tahu, dan data ke-45 memiliki fungsi memberi tahu. Dari beberapa fungsi yang terdapat dalam tindak tutur ilokusi asertif yang terbanyak ialah fungsi memberi tahu. Hal tersebut dapat terjadi karena dalam sebuah iklan berisi tentang informasi suatu produk dengan tujuan memberitahu informasi, menyatakan dan mengemukakan pendapat berdasarkan komposisi yang terdapat dalam produk *Safi Xpert Solutions*.

b. Tindak Tutur Direktif

Searle dalam (Rusminto, 2020:55) mengungkapkan bahwa tindak tutur ilokusi direktif memiliki tujuan menghasilkan efek berupa suatu tindakan, seperti memerintah, memesan, dan memberikan nasihat. Dalam penelitian ini, ditemukan 12 (dua belas). Berikut ini fungsi yang terdapat dalam setiap tuturan tindak tutur ilokusi direktif, yaitu data ke-1 memiliki fungsi memberikan saran, data ke-7 memiliki fungsi memberikan saran, data ke-10 memiliki fungsi memberikan saran, data ke-15 memiliki fungsi mengajak, data ke-19 memiliki fungsi memerintah, data ke-25 memiliki fungsi mengajak, data ke-27 memiliki fungsi meminta, data ke-34 memiliki fungsi memerintah, data ke-35 memiliki fungsi meminta, data ke-36 memiliki fungsi memberikan saran, data ke-38 memiliki fungsi memerintah, dan data ke-46 memiliki fungsi memberikan saran. Hal tersebut dapat terjadi karena dalam video iklan produk Safi Xpert Solution penutur meminta, mengajak, dan memerintah mitra tutur untuk menggunakan produk tersebut agar dapat terlihat perbedaan yang tampak setelah menggunakan produk Safi Xpert Solution.

c. Tindak Tutur Komisif

Searle dalam (Rusminto, 2020:55) mengungkapkan bahwa tindak tutur ilokusi komisif yaitu dimana penutur memiliki keterikatan dengan mitra tutur yang direalisasikan dalam bentuk tindakan, seperti berjanji, menawarkan dan bersumpah. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) data tuturan yang mengandung tindak tutur ilokusi komisif, yaitu pada data ke-22 memiliki fungsi menawarkan dan data ke-42 memiliki fungsi menawarkan. Hal tersebut dapat terjadi

karena fungsi dari video youtube yang diunggah adalah menawarkan suatu produk kepada khalayak umum.

d. Tindak Tutur Ekspresif

Searle dalam (Rusminto, 2020:55) mengungkapkan bahwa tindak tutur ilokusi ekspresif berfungsi sebagai ungkapan sikap psikologis penutur kepada mitra tutur, misalnya mengucapkan selamat, terima kasih, meminta maaf, dan mengeluh. Dalam penelitian ini, terdapat 2 (dua) data tuturan yang mengandung tindak tutur ilokusi ekspresif, yaitu pada data ke-4 memiliki fungsi mengeluh yang diekspresikan dengan wajah bersedih dan data ke-26 memiliki fungsi mengeluh yang ditunjukkan dengan wajah penutur tampak bersedih. Tindak tutur ekspresif ini ditunjukkan oleh penutur dengan menggunakan ekspresi atau raut wajah berdasarkan tuturannya yang dilihat bersamaan dengan konteks tuturan berlangsung.

PENUTUP

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis tindak tutur ilokusi terhadap Iklan kanal Youtube Safi Indonesia unggahan video periode tahun 2021 dan 2022 serta mengetahui fungsi dari masing-masing tuturan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini.

1. Klasifikasi tindak tutur ilokusi yang ditemukan pada tuturan Iklan kanal Youtube Safi Indonesia unggahan video periode tahun 2021 dan 2022 mencakup empat jenis, yaitu tindak tutur asertif, tindak tutur direktif, tindak tutur komisif, dan tindak tutur ekspresif. Keseluruhan data berjumlah 46 (empat puluh enam) data yang terdiri atas, 30 data tindak tutur ilokusi asertif, 12 data tindak tutur ilokusi direktif, 2 data tindak tutur ilokusi komisif, dan 2 data tindak tutur ilokusi ekspresif. Dalam menganalisis setiap tindak tutur, studi pragmatik melibatkan konteks untuk mengetahui dengan jelas maksud saat tuturan diujarkan. Konteks ialah hal yang melatarbelakangi saat tuturan berlangsung meliputi latar, (tempat dan suasana), pihak yang terlibat saat tuturan berlangsung baik penutur, mitra tutur, maupun lawan tutur, tujuan penutur mengujarkan sebuah tuturan, tindakan, cara penyampaian, serta norma atau aturan yang digunakan saat tuturan tersebut diujarkan, atau biasa disebut dengan SPEAKING.
2. Dari hasil analisis tindak tutur yang ditemukan dalam penelitian ini, pada setiap tuturan yang terdapat pada iklan dalam Kanal Youtube Safi Indonesia periode unggahan 2021 dan 2022 ialah (1) memiliki maksud pernyataan kebenaran dari seorang penutur, hal tersebut tercermin pada tindak tutur ilokusi Asertif, (2) memiliki maksud agar mitra tutur melakukan tindakan berdasarkan tuturan penutur, hal tersebut tercermin pada tindak tutur ilokusi Direktif, (3) memiliki maksud agar mitra tutur melakukan sesuatu untuk masa yang akan datang berdasarkan tuturan penutur, hal tersebut tercermin pada tindak tutur ilokusi Komisif, (4) memiliki maksud ungkapan perasaan diri penutur kepada mitra tutur, hal tersebut tercermin dalam tindak tutur ilokusi Ekspresif.
3. Dari hasil analisis tindak tutur ilokusi yang ditemukan, peneliti dapat mengetahui fungsi dari masing-masing jenis tindak tutur ilokusi tersebut. Fungsi tersebut antara lain, pada tindak tutur ilokusi asertif terdapat fungsi memberi tahu dan mengemukakan pendapat. Selain itu, pada tindak tutur ilokusi direktif terdapat fungsi memerintah dan meminta. Pada jenis tindak tutur ilokusi komisif, fungsi yang ditemukan yaitu menawarkan dan jenis tindak tutur ilokusi ekspresif dengan fungsi memberikan ekspresi wajah tampak bersedih. Tuturan-tuturan tersebut diujarkan berdasarkan fungsi maksud yang ditunjukkan dari penutur kepada mitra tutur agar sebuah ujaran dapat diterima dan menghasilkan efek yang sesuai dengan fungsi tersebut.

SARAN

Berikut ini adalah saran yang dapat dikemukakan berdasarkan hasil penelitian terkait studi pragmatik dengan fokus kajian tindak tutur ilokusi.

1. Bagi mahasiswa khususnya program studi Pendidikan Bahasa Indonesia, penulis berharap dari hasil temuan yang diperoleh dapat dikembangkan dari segi ilmu pengetahuan dibidang linguisitik maupun eksternal dibidang pragmatik. Serta dapat memberikan pelajaran atau manfaat untuk dijadikan bahan referensi pembuatan penelitian terkait studi pragmatik yang membahas kajian tindak tutur ilokusi.
2. Bagi pembaca diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat bermanfaat yaitu menambah pemahaman, memperdalam kajian terkait bidang pragmatik, dan dapat mengembangkan penelitian yang sudah dipublikasikan.
3. Bagi peneliti diharapkan dapat meneliti secara khusus menjadi satu fokus pembahasan dari tiap-tiap klasifikasi yang sudah ditemukan dari data tuturan dalam iklan Safi Indonesia unggahan video periode 2021 dan 2022, sehingga dapat ditemukan hasil temuan yang lebih sempurna dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, I. (2020). *Pragmatik: Teor dan Analisis (Buku Ajar)*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak Publisher.
- Efrima. (2019). ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM IKLAN RADIO 99,3 TOSS FM MERDUATI BANDA ACEH. *Jurnal Metamorfosa*, 7, 260.
- Farihah, A. (2015). *ANALISIS REDUNDANSI DALAM RUBRIK "PENDIDIKAN" SURAT KABAR KABAR BANTEN EDISI FEBRUARI 2014 DAN USULAN RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN MENULIS DI KELAS VIII SMP*. Serang: UPT PERPUSTAKAAN UNTIRTA.
- Fifin Verawati, F., & Mulyadi. (2019). TINDAK TUTUR MASYARAKAT DI DESA LAWANGAN DAYA KECAMATAN PADEMAWU KABUPATEN PAMEKASAN. *Ghancaran: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(1), 42-43.
- Iswari Tranggono, R., & Latifah, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahua Komunikatif*. Jakarta: Media Pusindo.
- Khoiria, I. (2020). PROSIDING SEMINAR BAHASA DAN SASTRA INDONESIA (SENASBASA). *SENASBASA*, 4, 203. Retrieved Oktober Sabtu, 2022
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan*. Malang: UB Press.
- Louise, C., Setiawati, E., & Ibrahim, A. (2007). *Pragmatik : Sebuah Perspektif Multidisipliner*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mahsun. (2017). *Metode penelitian bahasa tahapan, strategi, Metode, dan tekniknya*. Depok: Rajawali Pers.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Ziafatma Publisher.
- Marni, S., Adrias, & Refa , L. (2021). *Buku Ajar Pragmatik (Kajian Teoritis dan Praktik)*. Purbalingga: CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Mutiah Romadhani, N., & Junieles, R. (n.d.). ANALISIS TINDAK TUTUR PADA BAHASA IKLAN PRODUK MI INSTAN INDOMIE DI TELEVISI. *Konfiks: Jurnal Bahasa, Sastra dan Pengajaran*, 39.
- Mutiah, N. R., & Junieles, R. (2020). ANALISIS TINDAK TUTUR PADA BAHASA IKLAN PRODUK MI INSTAN INDOMIE DI TELEVISI. *Konfiks: Jurnal Bahasa, Sastra dan Pengajaran*, 41.
- Nirwanti , Y. (2017). *ANALISIS TINDAK TUTUR REPRESENTATIF DAN DIREKTIF PADA*

- IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA RADIO FORTUNA FM KUTOARJO PERIODE TAHUN 20122016 DAN SKENARIO PEMNELAJARANNYA DI KELAS XII SMA*. Skripsi, Purworejo.
- Nisa, K. (2018). ANALISIS KESALAHAN BERBAHASA PADA BERITA DALAM MEDIA SURAT KABAR SINAR INDONESIA BARU. *Jurnal Bindo Sastra*, 2, 221.
- Nurgiyantoro, B. (2014). *STILISTIKA*. Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS.
- Odien Rosidin. (2019). *Percikan Linguistik Pengantar Memahami Ilmu Bahasa*. (A. H. Mawadah, Ed.) Serang: Untirta Press.
- Odien Rosidin. (2019). *Percikan Linguistik Pengantar Memahami Ilmu Bahasa*. (A. H. Mawadah, Ed.) Serang: Untirta Press.
- PRADANA, G. (2020). TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM CUITAN AKUN TWITTER GUBERNUR JAWA TENGAH GANJAR PRANOWO. *Metabahasa*, 3(2), 14.
- Purba, A. (2011). TINDAK TUTUR DAN PERISTIWA TUTUR. *Pena*, 1(1), 78.
- Purningsih, I. (2019). REPRESENTASI “WANITA CANTIK SEJATI” VERSI IKLAN SAFLI. *Jurnal Desain*, 6(2), 99.
- Putra, A., & Ayu Patmaningrum, D. (2018). PENGARUH YOUTUBE DI SMARTPHONE TERHADAP PERKEMBANGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANAK. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 22(2), 160. Retrieved 11 Kamis, 2022
- Ragil Sagita, V., & Setiawan, T. (2019). Tindak Tutur Ilokusi Ridwan Kamil dalam Talkshow Insight di CNN Indonesia. *Lensa*, 9, 190-192.
- Rahardi, K. (2009). *Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Rusminto, N. E. (2015). *Analisis Wacana Kajian teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rusminto, N. E. (2015). *Analisis Wacana Kajian teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rusminto, N. E. (2020). *Analisis Wacana Kajian Teoritis dan Praktis* (2 ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rusminto, N. E. (2020). *Analisis Wacana Kajian Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta.
- Saifudin, A. (2018). KONTEKS DALAM STUDI LINGUISTIK PRAGMATIK. *LITE*, 14, 112.
- Sandu, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- SILABAN, C. C. (2017). *ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM NOVEL RAHASIA SUNYI KARYA BRAHMANTO ANINDITO TINJAUAN PRAGMATIK*. SKRIPSI, UNIVERSITAS SUMATERA UTARA, MEDAN.
- Sri Aisya , R. (2013). *ANALISIS TINDAK TUTUR IKLAN AUDIO VISUAL BERBAHASA PERANCIS PADA SITUS WWW.CULTUREPUB.FR*. Skripsi.
- Sudaryanto. (2015). *Metode da Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma Univesity Press.
- Sudaryanto. (2015). *Metode Dan Aneka Teknik Penelitian Bahasa Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistis*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Setiyawami, Ed.) Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. (S. Y. Suryandari, Ed.) Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, H. G. (2015). *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: CV. Angkasa.
- WAHYUNI , R. (2016). *TINDAK TUTUR DIREKTIF DALAM NOVEL “RUMAH KACA” KARYA PRAMOEDYA ANANTA TOER (SUATU TINJAUAN PRAGMATIK)*. Skripsi, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR, Makasar.
- Wahyuni, R. (2016). *TINDAK TUTUR DIREKTIF DALAM NOVEL “RUMAH KACA” KARYA PRAMOEDYA ANANTA TOER (SUATU TINJAUAN PRAGMATIK)*. Skripsi, Makasar.
- Wijana, D. P. (1996). *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi.
- Yuniarti, N. (2014). *IMPLIKATUR PERCAKAPAN DALAM PERCAKAPAN HUMOR*.

Jurnal Pendidikan Bahasa, 3(2), 227-228.