

**ANALISIS WACANA PERSUASI IKLAN  
PADA BROSUR PENAWARAN BARANG DAN JASA  
DI PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi sebagian Syarat  
Mencapai Derajat Sarjana Strata Satu (S-1)**

**oleh:**

**ANGGUN ISFANDIARI**

**0801040015**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA  
FAKULTAS KEGURURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2012**

## MOTTO

Saya selalu yakin dan percaya bahwa Allah SWT selalu ada disetiap langkah dan usahaku  
Saya selalu yakin setiap kesulitan selalu ada kemudahan, dan kemudahan itu selalu datang dari Allah SWT



## PERSEMBAHAN

Ingin kuucapkan rasa syukur kepada Allah SWT sehingga dapat menyelesaikan karya kecil ini dan aku ingin berterima kasih untuk:

1. Papah dan mamah. Terima kasih atas doa dan dukungannya disetiap saat sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini dengan mudah. Mohon maaf aku belum dapat membalas semua kebaikan yang engkau berikan kepadaku dan saat ini hanya doa, semoga papah dan mamah selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Adik-adikku tersayang Rafi Anshari dan Salsabila Mumtaz. Terima kasih sudah membuat semangat mengerjakan skripsi ini dikala aku jenuh. Semoga esok kalian dapat lebih tinggi dalam pendidikan dan menjadi manusia yang berguna untuk agama dan keluarga.
3. Sahabat-sahabatku Friska Pramudya, Yunita Kurliasih, Tri Astuti, Widi Astuti dan teman-teman Assassin 2008. Terima kasih atas motivasi, suka duka yang sudah kita lalui. Semoga tali silaturahmi masih tetap berjalan dan terjaga walaupun terpisah oleh waktu dan jarak dan semoga kesuksesan selalu menyertai kalian.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke-hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisis Wacana Persuasi Iklan pada Brosur Penawaran Barang dan Jasa di Purwokerto.**

Penulis menyadari tidak mudah dalam menyusun skripsi, akan tetapi berkat antuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak penulis akhirnya dapat menyelesaikannya. Karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Kuntoro, M. Hum., selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing, memberikan saran, serta motivasi sehingga penulis semangat mengerjakan penulisan skripsi.
2. Dra. Noorliana, M.Pd., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, serta kritik sebagai bahan masukan dalam penulisan skripsi.
3. Dewan Penguji Skripsi Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan member pahala sesuai keikhlasan ibadah baiknya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dalam penyusunannya maupun isinya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Purwokerto, 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TANDA/LAMBANG .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
B. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Sejenis yang Relevan .....	7
B. Pengertian Wacana .....	9
C. Jenis-jenis Wacana .....	10
D. Wacana Persuasi.....	12
E. Iklan.....	13
F. Pengertian Brosur .....	16
G. Pragmatik .....	17
H. Pengertian Tindak Tutur.....	18
I. Jenis-jenis Tindak Tutur .....	19
J. Tindak Tutur .....	23
K. Aspek Komunikasi .....	27
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian .....	29
B. Data dan Sumber Data.....	29
1. Data .....	29
2. Sumber Data .....	31
C. Metode Penelitian.....	31

1. Tahap Penyediaan Data .....	31
2. Tahap Analisis Data .....	32
3. Tahap Penyajian Data .....	33
<b>BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Jenis-jenis Tindak Tutur dalam Wacana Iklan pada Brosur Penawaran Barang dan Jasa.....	34
B. Bentuk Tindak Tutur dalam Wacana Iklan pada Brosur Penawaran Barang dan Jasa.....	49
C. Aspek Komunikasi dalam Wacana Iklan pada Brosur Penawaran Barang dan Jasa.....	72
<b>BAB V. PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TANDA/LAMBANG

### Tanda Data dalam Pembahasan

1. (A.2.a/2)

A : Penawaran Barang

2 : Jenis

a : Jenis/nama

2 : Wacana

2. (B.1.a/27)

B : Penawaran Jasa

1 : Jenis

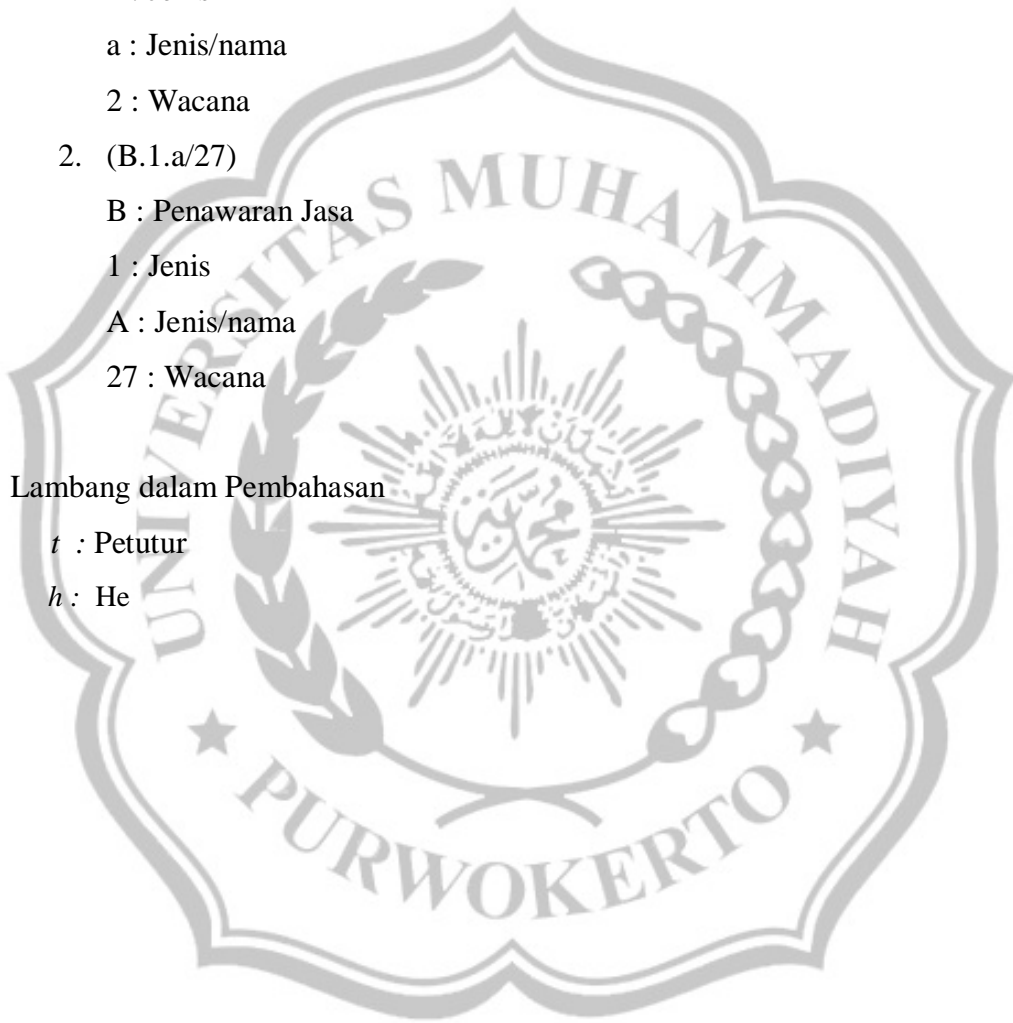
A : Jenis/nama

27 : Wacana

### Lambang dalam Pembahasan

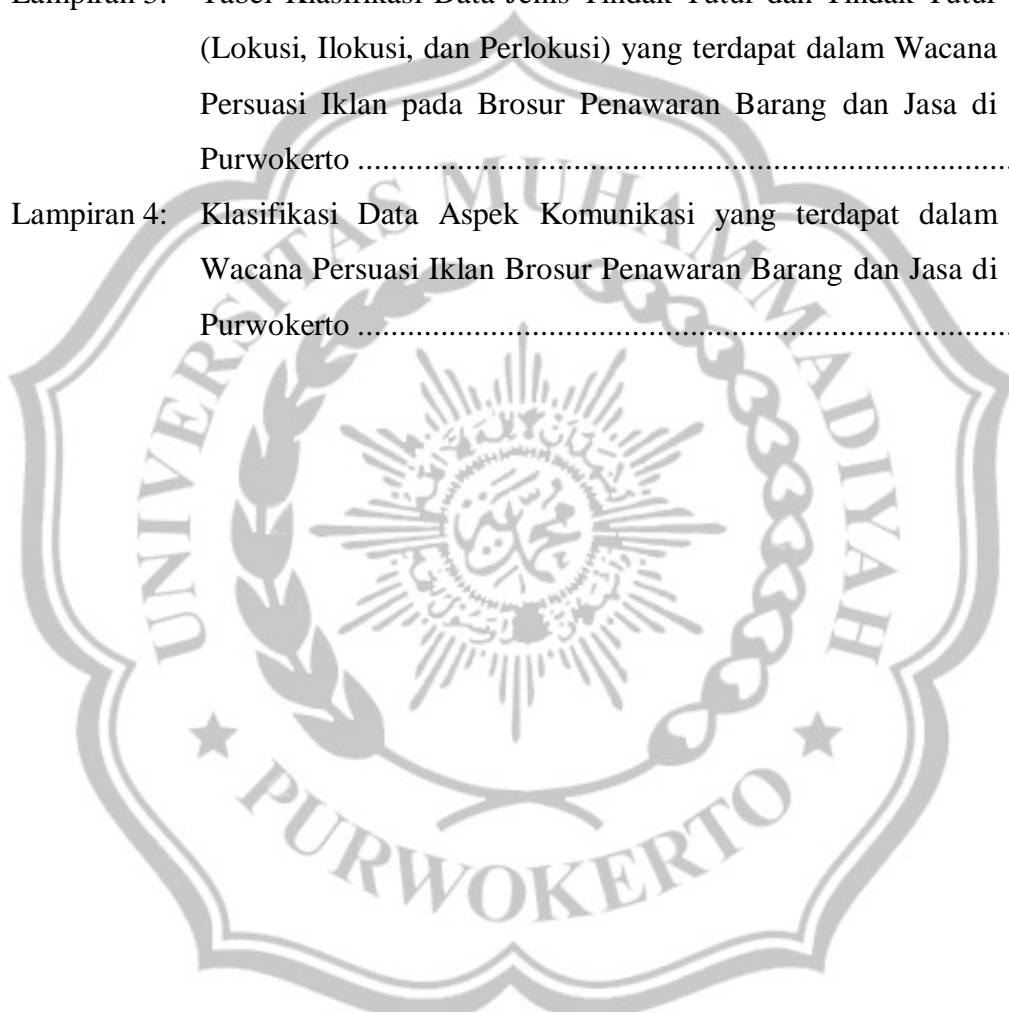
*t* : Petutur

*h* : He



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Sumber Data .....	84
Lampiran 2: Data Penelitian.....	127
Lampiran 3: Tabel Klasifikasi Data Jenis Tindak Tutur dan Tindak Tutur (Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi) yang terdapat dalam Wacana Persuasi Iklan pada Brosur Penawaran Barang dan Jasa di Purwokerto .....	135
Lampiran 4: Klasifikasi Data Aspek Komunikasi yang terdapat dalam Wacana Persuasi Iklan Brosur Penawaran Barang dan Jasa di Purwokerto .....	214



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **Analisis Wacana Persuasi Iklan pada Brosur Penawaran Barang dan Jasa di Purwokerto**. Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan **jenis-jenis tindak tutur, bentuk tindak tutur (Lokusi, Ilokusi dan Perlokusi)**, serta **aspek komunikasi** yang terdapat dalam wacana persuasi iklan pada brosur penawaran barang dan jasa.

Data dalam penelitian ini adalah wacana iklan pada brosur penawaran barang dan jasa. Data yang berhasil diperoleh peneliti sebanyak 50 wacana iklan pada brosur penawaran barang dan jasa yang terbagi dalam 9 jenis penawaran barang dari 26 Jenis/nama dan 10 jenis penawaran jasa dari 24 Jenis/nama. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini meliputi tiga tahap, yaitu penyediaan data, analisis data, dan penyajian hasil analisis data. Tahap penyediaan data menggunakan metode simak dengan teknik selanjutnya, yaitu *Simak Bebas Libat Cakap* atau teknik (SBLC). Tahap analisis data dalam penelitian ini diperoleh dan dianalisis berdasarkan tiga komponen yaitu analisis berdasarkan jenis tindak tutur, analisis berdasarkan bentuk tindak tutur, dan analisis berdasarkan aspek komunikasi. Dalam tahap analisis data ini peneliti menggunakan metode padan dengan teknik dasar, teknik Pilah Unsur Penentu (PUP) serta menggunakan metode agih dengan teknik baca markah. Tahap penyajian data menggunakan metode informal, yaitu penyajian dengan kata-kata biasa walaupun dengan terminologi yang sifatnya teknis.

Hasil Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: (1) **jenis-jenis tindak tutur** yang digunakan adalah tindak tutur langsung, dan tindak tutur tidak langsung, tindak tutur literal, tindak tutur langsung literal, dan tindak tutur tidak langsung literal. (2) **bentuk tindak tutur** yang ditemukan meliputi lokusi, ilokusi dan perlokusi. Tindak tutur lokusi meliputi lokusi pernyataan, pertanyaan dan perintah. Tindak tutur ilokusi meliputi ilokusi asertif menyatakan fakta, asertif membual, direktif memerintah, komisif menawarkan, ekspresif memuji. Tindak perlokusi meliputi perlokusi membuat *t* tahu bahwa, membuat *t* berfikir tentang, membuat *t* melakukan sesuatu, menarik perhatian. (3) **aspek komunikasi** yang meliputi aspek sosial, geografis, ekonomi (komersial), dan aspek agama.

## ABSTRACT

This study entitled **Analysis of Discourse Ad Persuasion on the Supply of Goods and Services Brochure in Purwokerto**. The purpose of this study to describe **the types of speech acts, forms of speech acts (locutions, ilokusi and perlokusi)**, and **communication aspects** of the discourse of persuasion found in advertisements in the brochure offering goods and services.

The data in this study is the discourse of advertising in the brochure offering goods and services. The data obtained by investigators as many as 50 successful advertising discourses on the supply of goods and services brochure is divided into nine types of goods supply 26 Type/name and 10 types of service offerings 24 Type/name. This study is a qualitative descriptive study. This research method involves three stages, namely, providing stage data, the data analysis phase, and the stage presentation of the results of data analysis. Phase using the method of providing data refers to the next technique, which involved free *Listen Proficient*. Stage of data analysis in this study were obtained and analyzed based on three components, namely the analysis based on the type of speech act, speech act analysis based on shape, and the analysis based on the communication aspect. In the data analysis phase of this research frontier by using the basic techniques, the decisive element technique aggregated and using the agih method with markers reading techniques. Stage presentation of data using informal methods, namely the presentation of the usual words, although the terminology is technical in nature.

From the results of this study can be summarized as follows: (1) **the types of speech acts** are speech acts that used direct and indirect speech acts, speech acts literal, literal speech act directly, and indirect speech acts literal. (2) **the speech act** is found to include locutions, and perlokusi ilokusi. Speech act locutions include locutions statements, questions and commands. Speech act assertively stated ilokusi ilokusi includes facts, assertive bragging, directive rule, commissive offer, expressive praise. Follow perlokusi include perlokusi make *t* know that, making *t* think about, making *t* do something, to attract attention. (3) **aspects of communication** which includes social, geographic, economic (commercial), and religious aspects.