

Tindak Tutur Ilokusi Dalam Bahasa Iklan Di Stasiun Televisi Nasional**Marta Ritonga, & Hermaliza**Universitas Islam Riau, Indonesia¹, Universitas Islam Riau, Indonesia²
martaritonga1997@gmail.com**Alamat:**Jalan Kaharudin Nasution No.
113 Simpang Tiga, Pekanbaru
Riau 24248
e-mail: jlelc@journal.uir.ac.id**Abstract**

Illocutionary speech acts are used to say or inform something, and can also be used to do something. There are many utterances in advertisements on national television that contain illocutionary speech acts. The problem of this research is how illocutionary speech acts are used in advertising language on national televisi stations. This study aims to describe, analyze and interpret illocutionary speech acts in advertising language on national television stations. theory that the author uses theory Dewa Putu Wijana (1996) Kunjana Rahardi (2005) Tarigan, 2009. data collection from january 18, 2021 to Marh 22, 2021, totaling 40 advertisements. The method used in This description in the form of words sentences on food and beverage adservation stations using observation using observation, listening, note taking, documentation, and data analysis techniques. The results of this study indicate that the types of illocutionary speechacts in food and beverage advertisements on national televisi stations are assertive speech acts with a total of 33 utterances, derective speech acts with a total of 4 utterances, commissive speech acts with a total of 5 utterances, expressive speech acts with a total of 3 utterances.

*Keywords :Advertisements on national television stations***Abstrak**

Tindak tutur ilokusi merupakan berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu, dan dapat juga dipergunakan untuk melakukan sesuatu. Tuturan Iklan di televisi Nasional banyak ditemukan tuturan yang mengandung tindak tutur ilokusi. Masalah Penelitian ini adalah Bagaimana tindak tutur ilokusi dalam bahasa iklan di Stasiun Televisi Nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis dan menginterpretasikan tindak tutur ilokusi dalam bahasa iklan di stasiun televisi nasional. Teori yang penulis gunakan Teori Dewa Putu Wijana (1996) Kunjana Rahardi (2005) Tarigan, 2009. Pengambilan data dari tanggal 18 Januari 2021 sampai 22 maret 2021 yang berjumlah 40 iklan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi kualitatif berupa tuturan kata dan kalimat pada iklan makanan dan minuman di stasiun televisi nasional dengan menggunakan teknik observasi, simak, catat, dokumentasi, analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis-jenis tindak ilokusi pada iklan makanan dan minuman di stasiun televisi nasional yaitu, tindak tutur asertif dengan berjumlah 33 tuturan, tindak tutur direktif dengan jumlah 4 tuturan, tindak tutur komesif dengan jumlah 5 tuturan, tindak tutur ekspresif 3 tuturan.

Kata Kunci :Iklan di Stasiun televisi Nasional

1. Pendahuluan

Bahasa adalah salah satu alat yang digunakan seseorang untuk berkomunikasi kepada mitra tutur, dari hasil yang dilakukan tersebut diharapkan mitra tutur dapat mengerti maksud yang ingin disampaikan oleh penutur atau mendapat tanggapan dari mitra tuturnya. Bahasa digunakan manusia untuk dapat menggegemukakan ide-idenya, baik secara lisan maupun tulisan atau simbol-simbol bahasa. Bahasa yang digunakan hendaklah dapat mendukung maksud secara jelas agar apa yang dipikirkan, diinginkan atau dirasakan dapat diterima pendengar dan pembaca. Agar lebih memahami apa yang dimaksud dengan pragmatik perhatikan penjelasan berikut Menurut Yule (1996:5) “ Pragmatik ialah bahwa seseorang dapat bertutur kata tentang makna yang dimaksudkan orang, asumsi mereka, maksud atau tujuan mereka.

Pragmatik sebagai salah satu cabang ilmu bahasa. Rahardi (2005:50) menyatakan “Pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari tentang ilmu-ilmu bahasa yang mendasarkan analisis pada konteks”. konteks ini merupakan menambah kejelasan makna dalam berkomunikasi seseorang menggunakan tuturan untuk menyampaikan pesan kepada lawan tuturannya. Tuturan yang disampaikan mempunyai maksud kepada mitra tuturnya agar apa yang disampaikan penutur bisa direspon oleh pendengar. Menurut Tarigan (2009:30) “Pragmatik adalah telaah mengenai hubungan antara bahasa dan konteks yang merupakan dasar bagaimana suatu catatan atau laporan pemahaman bahasa yang dengan kata lain telaah mengenai kemampuan pemakaian bahasa menghubungkan serta penjelasan kalimat-kalimat dan konteks secara tepat”.

Peneliti memilih tindak tutur ilokusi dalam iklan karena tindak tutur ilokusi sukar untuk diidentifikasi karena harus mengerti siapa penutur dan mitra tuturannya, bagaimana situasinya, dan bagaimana situasinya. Tindak tutur ilokusi digunakan untuk menginformasikan suatu tindakan. Bahasa yang digunakan dalam iklan diharapkan dapat dipahami oleh konsumen.

Tindak ilokusi adalah tindak tutur yang berkaitan dengan perbuatan dalam hubungannya dengan mengatakan sesuatu. Menurut Chaer dan Agustina (2010:53) Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang menyatakan sesuatu dalam arti “ berkata” atau tindak tutur dalam suatu bentuk kalimat yang bermakna dan dapat dipahami. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang biasanya didefinisikan dengan kalimat performatif yang eksplisit. Tindak tutur perlokusi adalah tindak tutur yang berkembang dengan adanya ucapan orang lain sehingga dengan sikap tutur yang berkenaan dengan adanya ucapan orang lain sehubungan dengan sikap dan perilaku non-linguistik dari orang lain.

2. Metodologi

Setiap melakukan penelitian, peneliti perlu menetapkan suatu metode penelitian. Metode adalah cara kerja yang sistematis untuk memudahkan pelaksanaan atau kegiatan guna mencapai tujuan tertentu. Penentuan suatu metode harus sesuai dengan judul penelitian dan masalah yang dibahas. Menurut Moleong (2007:11) menyatakan metode penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, bukan angka-angka”. Metode ini sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan mengenai tindak tutur ilokusi.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian tentang “Tindak Tutur Ilokusi dalam Bahasa Iklan di Stasiun Televisi Nasional”. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengumpulkan data dan informasi. Bagaimana Tindak Tutur Ilokusi dalam bahasa Iklan di Stasiun Televisi Nasional. Data yang tentang tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam tuturan iklan di televisi nasional, Peneliti deskripsikan, analisis serta diinterpretasikan secara objek dan sistematis.

Peneliti mendeskripsikan data ini tuturan yang mengandung tindak tutur ilokusi. Tuturan tersebut peneliti peroleh dari iklan makanan dan minuman tayang di siaran Trans TV. Data tuturan-tuturan tersebut dapat peneliti uraikan sebagai berikut.

Pada pengumpulan data ini, penulis menggunakan inisial penutur dengan huruf (A, B,C,D dan seterusnya) dalam setiap peristiwa tutur. dengan penutur 1,2, dan seterusnya dalam peristiwa tuturan merupakan orang atau penutur yang berbeda. Sesuai dengan permasalahan dan data yang telah peneliti kumpulkan.

2.2.1.1 Tindak Tutur Asertif “Memberitahukan”

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut. Pada penelitian iklan Sari Wangi ini termasuk ke dalam tindak tutur asertif bagian memberitahukan

Data 1 Sari Wangi

Situasi: Ada seorang ibu yang membuat teh untuk anak dan suaminya sebelum pergi berangkat ke sekolah dan kerja, keluarga tersebut menikmati minum teh tersebut.

A: Semangat pagi dengan sari murni (sambil membawa teh ke meja makan)

B. Wah sari murni

C. Bentuknya bundar (sambil memperlihatkan sari teh tersebut) (1)

A : *Iya ada oso pintarnya untuk sari teh pilihan rasa dan aromanya lebih. ini teh kantong bunda sari murni*

B,C,D: yang rasanya enak sekali (sambil meminumnya) (2)

D: *Semua suka aromanya nikmat bikin kita jadi semangat* (sambil berangkat kerja) (3)

Tuturan di atas termasuk tutur ilokusi yang terdapat pada iklan tersebut adalah tindak tutur asertif. (C) bermaksud “Memberitahukan atau menjelaskan” informasi yang terdapat dalam iklan. Iklan tersebut memiliki maksud untuk menyatakan kepada konsumen bahwa minuman sari murni merupakan minuman yang mempunyai oso pintar.

Tuturan “*Iya ada oso pintarnya untuk sari teh pilihan rasa dan aromanya lebih. ini teh kantong bunda sari murni*” merupakan ilokusi asertif yang bermaksud memberitahukan dan menjelaskan bahwa teh sari wangi tersebut memiliki oso pintar.

2.2.1.2 Tindak Tutur Asertif “Memberitahukan”

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut. Pada penelitian iklan Sari Wangi ini termasuk ke dalam tindak tutur asertif bagian memberitahukan

Tuturan diatas termasuk tuturan ilokusi yang terdapat pada iklan tersebut adalah tindak tutur asertif. (D) Memberitahukan bahwa sari murni merupakan minuman yang aromanya nikmat bikin jadi semangat.

2.2.1.3 Tindak tutur Komesif

Searle (Tarigan 2009:43) adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada beberapa tindakan yang akan mendatang pada beberapa tindakan yang akan datang misalnya : menjanjikan, bersumpah, menawarkan, memanjat doa.

Data 2 Drink beng-beng

Situasi : Ada seorang laki-laki dan perempuan mandi hujan-hujan dan kedingan langsung menikmati segelas drink beng-beng

A: Hujan deras gays, *bikin drink beng-beng hangat yuk* (4)

B : yuk, yuk

A : *Ets tunggu dulu biar makin nikmat hujan-hujan* (5)

C : Udah menggigil belum

A : *Makin menggigil, makin nikmat*, sekarang waktunya drink beng-beng nikmatnya coklat yang goo, diseduh hangat, pas banget. (6)

A,B,C : Ah ah ah

A : *Drink beng-beng hangat coklatnya good bikin mood jadi good* (7)

Tuturan diatas termasuk tuturan ilokusi yang terdapat pada iklan tersebut adalah tindak tutur komesif “menawarkan” terdapat kalimat “Hujan deras gays, *bikin drink beng-beng hangat yuk* (4)” . Kalimat “bikin drink beng-beng hangat yuk” bermaksud untuk menawarkan ataupun mengajak menyeduh *beng-beng*. “*drink beng-beng* nikmatnya coklat, diseduh hangat, pas banget!” kalimat tersebut mempunyai arti menawarkan untuk meminum minuman drink beng-beng dalam keadaan lebih hangat.

Tindak tutur komesif menurut Searle (Tarigan 2009:43) adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada beberapa tindakan yang akan mendatang pada beberapa tindakan yang akan datang misalnya : menjanjikan, bersumpah, menawarkan, memanjat doa.

2.2.1.4 Tindak Tutur Asertif “Memberitahukan”

Pada penelitian drink beng-beng ini termasuk ke dalam tindak tutur asertif bagian memberitahukan. Tuturan diatas termasuk tuturan ilokusi asertif karena dalam sebuah puntur memberitahukan kepada penonton bahwa cara drink beng-beng memiliki rasa yang nikmat. kalimat Ilokusi asertif ditunjukkan pada tuturan “*Makin menggigil, makin nikmat*”. Selain itu, Tuturan diatas termasuk tuturan ilokusi asertif “ memberitahukan bahwa minuman drink beng-beng makin nikmat sambil hujan-hujan.

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut.

2.2.1.6 Tindak tutur Direktif “Menganjurkan”

Tindak tutur direktif menyatakan bahwa tindak tutur direktif dimaksudkan untuk menimbulkan beberapa efek melalui tindakan yang penyimak dimaksud: memesan, memerintahkan, memohon, meminta, menganjurkan, menasihatkan (Tarigan, 2009:93)

Tuturan bagian yang bercetak miring adalah tindak tutur ilokusi berjenis direktif (menganjurkan) tuturan “*ets tunggu dulu biar makin nikmat hujan-hujan*”, dalam tuturan tersebut terdapat maksud menganjurkan. Iklan tersebut memperlihatkan penutur yang menganjurkan kepada teman-temannya bahwa dengan meminum drink beng-beng saat hujan akan menghasilkan rasa yang lebih nikmat.

Tuturan bagian yang bercetak miring adalah tindak tutur ilokusi berjenis direktif (menganjurkan) tuturan “*Makin menggigil, makin nikmat*, sekarang waktunya drink beng-beng nikmatnya coklat yang goo, diseduh hangat, pas banget”, dalam tuturan tersebut terdapat maksud menganjurkan. Iklan tersebut memperlihatkan

penutur yang menganjurkan kepada teman-temannya bahwa dengan meminum drink beng-beng saat hujan akan menghasilkan rasa yang lebih nikmat.

Data 3 Kopi kapal api

Situasi : Ada seorang laki-laki yang sedang tidur dan mencium aroma kopi kapal api yang dituangkan oleh perempuan, laki-laki tersebut langsung bangun dan menikmati kopi kapal api tersebut.

A: *Mulailah harimu dengan secangkir semangat kopi spesial max* (8), hidup aroma dan rasa spesial kopi kapal api, raih semangat dan unyutkan impianmu dengan paduan sempurna biji kopi spesial pilihan dan gula, kopi kapal api spesial max untuk indonesia jelas lebih enak.

Tuturan bagian yang bercetak miring termasuk ke dalam tindak tutur berjenis asertif (memberitahukan) Tuturan “*Mulailah harimu dengan secangkir semangat pagi spesial*”. Karena dalam iklan tersebut penutur menyampaikan kepada lawan tutur bahwa meminum kopi kapal api semakin semangat. Kalimat tersebut hanya mengandung informasi yang hendak diberikan kepada pendengarnya.

Iklan tersebut memberitahukan kepada penontonya untuk senantiasa memulai hari dengan secangkir kopi. Kalimat “*mulailah harimu*” memberitahukan keadaan pagi hari untuk memulai aktivitas. Kalimat “*dengan secangkir kopi*” juga mengandung makna memberitahukan untuk meminum kopi di pagi hari.

2.2.1.8 Tindak tutur Asertif Memberitahukan

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut.

Data 4 Cerelac

Situasi : Ada seorang ibu dan bapak yang membuat makanan untuk anaknya.

A: *Dari suapan pertama si kecil perjalanan makanan dimula itu untuk kakak* (9)

B: Haah

A: enak ya

B: Iya dong

A :udah cukup belom ya nutrisinya

B: emmm

A : *Semua berawal dari nutrisi disetiap suapan empasnya* (10)

B: Eemmm tinggi

A: Penuh

B: Padat nutrisi penting untuk dukung kembang si kecil cerelac semangkuk nutrisi penuh kebaikan.

Dua buah kalimat tuturan yang bercetak miring termasuk ke dalam tindak tutur berjenis Asertif (memberitahukan) Tuturan “*Dari suapan pertama si kecil perjalanan makanan dimula itu untuk kakak*” dan “*Semua berawal dari nutrisi disetiap suapan empasnya*”. Karena dalam iklan tersebut penutur menyampaikan kepada lawan tutur bahwa meminum cerelac ini dari suapan pertama si kecil perjalanan makanan di mulai. Iklan tersebut memberitahukan bahwa nutrisi didapat berdasarkan suapan empasnya, berarti apa yang terkandung dalam makanan si kecil.

2.2.1.9 Tindak tutur Asertif “Memberitahukan”

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut.

Tuturan yang bercetak miring termasuk ke dalam tindak tutur berjenis Asertif (memberitahukan) *Tuturan semua berawal dari nutrisi disetiap suapan empasnya* . Karena dalam iklan tersebut penutur memberitahukan kepada lawan tutur bahwa disetiap suapannya mempunyai empasnya. kalimat tersebut juga memberitahukan bahwadidalam makanan mpasi terdapat nutrisi yang akan dikonsumsi oleh si bayi.

2.2.1.10 Tindak tutur Asertif Memberitahukan

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut.

Data 5 Nutrisari

Situasi : Ada seorang laki-laki dan perempuan sedang bernyanyi dan sambil menikmati segelas nutri sari

A: *Nutri sari minuman kita Minuman kita sehari-hari, Nutri sari, Nutri sari, kita suka anda suka (11)*

B: Nutri sari- Nutri sari rasa mangga karna dia, nama nutri 100% kebutuhan vitamin C

A,B : Nutri sari- Nutri sari setiap hari Nutri sari

Tuturan yang bercetak miring termasuk ke dalam tindak tutur berjenis Asertif (memberitahukan) *Tuturan : Nutri sari minuman kita Minuman kita sehari-hari, Nutri sari, Nutri sari, kita suka anda suka* . Karena dalam iklan tersebut penutur menyampaikan kepada lawan tutur bahwa meminum Nutri sari adalah kesukaan banyak orang. Kalimat tuturan “*Nutri sari minuman kita Minuman kita sehari-hari, Nutri sari, Nutri sari, kita suka anda suka*”. Menunjukan informasi yang memberitahukan bahwa minuman tersebut disukai banyak orang.

2.2.1.11 tindak Tindak tutur asertif “Memberitahukan”

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut.

Data 6 Milo

Situasi : Ada dua orang anak laki-laki memakai baju sekolah berdebat masalah minuman milo, dan ada seorang ibu yang menawarkan milo tersebut kepada anak-anak tersebut.

A: *Wah milo ku enak banget (12)*

B: *Gak mungkin, miloku lebih jauh enak (13)*

C: Stop semua milo mengandung kebaikan, mait, susu dan coklat. bila aktif go, rasanya lebih malt coklat milo tri one lebih banyak susu pilihan milo mu untuk energi energi aktif setiap hari

Dua buah tuturan yang bercetak miring termasuk ke dalam tindak tutur berjenis asertif (memberitahukan) Tuturan “*Wah milo ku enak banget*” dan “*Gak mungkin, miloku lebih jauh enak*”. Karena dalam iklan tersebut penutur menyampaikan kepada lawan tutur bahwa milo yang diminum penutur enak.

Tuturan “Stop semua milo mengandung kebaikan, mait, susu dan coklat. bila aktif go, rasanya lebih malt coklat milo tri one lebih banyak susu pilihan milo mu untuk energi energi aktif setiap hari” . Tuturan ini juga menunjukkan bahwa iklan tersebut memberikan informasi, bahwa susu milo mengandung mait, susu dan coklat, yang mana kandungan tersebut sangat bermanfaat untuk menambah energi.

2.2.1.12 Tindak tutur asertif Memberitahukan

Menurut Searle (dalam Tarigan, 2009:42) tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang melibatkan pembicara pada kebenaran proposisi yang diekspresikannya misalnya: menyatakan, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, melaporkan, menuntut.

Tuturan yang bercetak miring termasuk ke dalam tindak tutur berjenis asertif (memberitahukan) Tuturan *enggak mungkin miloku lebih jauh enak*. Karena dalam iklan tersebut penutur menyampaikan kepada lawan tutur bahwa milo yang diminum penutur lebih enak dari pada yang diminum dari si penutur. Tuturan tersebut juga menjelaskan bahwa milo yang diminum si penutur memiliki rasa yang enak. Maksud iklan tersebut jelas untuk memberitahukan penontonnya bahwa susu Milo memiliki rasa yang enak.

4. SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat klasifikasi tindak tutur ilokusi yaitu tuturan yang cenderung tidak hanya digunakan untuk menginformasikan sesuatu tetapi juga melakukan sesuatu situasi tuturannya dipertimbangkan secara seksama. Penelitian tentang tindak tutur ilokusi dalam tuturan iklan makanan dan minuman menggunakan referensi persona pertama sebanyak 40 data. diantaranya yang telah dianalisis menurut pendapat Searle terdapat 45 tuturan yang mengandung tindak tutur ilokusi. jenis tindak tutur yang ditemukan dalam tuturan iklan makanan dan iklan minuman adalah tindak tutur asertif, direktif, komesif, ekspresif, deklaratif yang tidak ditemukan. Dari 45 tuturan yang teridentifikasi sebagai tindak tutur asertif 33 tuturan, tindak tutur direktif 4, tindak tutur komesif 5, tindak tutur ekspresif 3.

Daftar Pustaka

- Rahardi, Kunjana. 2005. *Pragmatik kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Erlangga.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Pragmatik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Depdiknas. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Darma, Aliah, Yoce. 2014. *Analisis Wacana Kritis*. Jakarta: PT Refika Aditama.
- Chaer, Abdul. 2010. *Kesantunan berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiono, 2011. *Metode Penelitian Kualitatif Kualitatif dan R D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Pengajaran Pragmatik*, Bandung: Angaksa.

- Wijana, I Dewa Putu, dan Rohmani Muhammad. 2010. *Analisis Wacana Pragmatik Kajian Teori Dan Analisis*. Sukarta:Yuma Pustaka.
- Wijana, I. Dewa Putu. 1996. *Dasar-Dasar Pragmatik*.
- Ramadani. 2015. ‘’ Tindak Tutur Ilokusi Pada Acara Mario Teguh Golden Ways Distasiun Metro Tv (*Skripsi*)’’. Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Siska Dwi Esti, Akhmad Sofyan, Andang Subaharianto, 2014. *Studi Analisis Tindak Tutur dalam Iklan Produk Minuman di Televisi: jurnal cendekia*
- Vita Nirmala 2015. *Studi Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Komersial Sumatera Ekspres, Volume 11: Jurnal cendekia*
- Rian Andri Prasetya 2017. *Studi Tindak Tutur Pada Produk Makanan Cepat Saji di Televisi dan Implikasinya. Jurnal cendekia*
- Yosiana Rodearnu, Elmustian, Auazar 2019. *Studi Tindak Tutur Ilokusi Comica Roni Immanuel ‘’ Mongol Stres’’ Dalam Acara Stand Up Comedy Show dan Implikasi. Volum 1. Jurnal cendekia.*
- Arina Mana Sikana, Rahmadani Lindan Fadillah 2020. *Studi Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Fair and Lovely di Televisi. Volum 03, Jurnal Cendekia.*
- Kridalaksana, Harimurni. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Pendidikan Suatu Pendekatam Praktik*. jakarta: Rineka Cipta.
- Gunawan, Imam. 2013, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yule, George. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta. Pusat Pelajar.
- Rani, Abdul dkk. 2004. *Analisis Wacana Sebuah Kaji Bahasa dalam pemakaian*. Malang: Bayumedia.