

## Tindak tutur, konotasi, dan mitos dalam iklan perawatan tubuh oleh Maria Syailendra di Majalah Kartini 2014 = Speech act, connotation, and myth in advertisement of Maria Syailendra body skin care in Kartini 2014

Neansy Nurhandayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423640&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Tesis ini membahas pemanfaatan konotasi dan mitos dalam iklan perawatan tubuh. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan ancangan pragmatik dan semiotik. Penelitian terhadap konotasi dan mitos dilakukan dengan menjelaskan pilihan bentuk tindak tutur yang digunakan dalam iklan. Sumber data yang digunakan adalah lima teks iklan Maria Syailendra di majalah Kartini tahun 2014. Hasil analisis menunjukkan terdapat 45 jumlah pilihan tuturan yang disajikan dan digunakan pengiklan untuk memicu tindak perlokusi bagi pembaca. Di antara bentuk-bentuk tersebut, bersifat memberikan informasi, menyarankan, menjanjikan dan merupakan ungkapan emosi. Berdasarkan bentuk-bentuk tindak tutur tersebut, ditemukan beberapa konotasi berhubungan dengan klinik kecantikan, kecantikan organ intim dan hubungan suami-istri. Konotasi diperkuat dengan bentuk nonverbal yang ditampilkan dalam iklan. Dari bentuk pilihan tutur juga ditemukan mitos yang berusaha dimanfaatkan oleh pengiklan agar memicu daya perlokusi pembaca.

.....

This thesis discusses the use of connotation and myth in the advertisement of body skin care clinic. This research is a qualitative research by means of pragmatics and semiotics analysis. Analysis on connotation and myth done by explaining the form of speech acts used in the advertisement. Source of the data are five advertisements texts of Maria Syailendra beauty clinic in Kartini on 2014. Result of the analysis shows that there are 45 numbers of speech acts used to triggers perlocutionary acts of the audience. Some of them provides information, suggestion, promise, and praising. Based on the speech acts forms used in the advertisement texts, it is discovered several connotations related to the beauty clinic itself, beauty organ intimate and connotation on the marriage issues. The connotation also supported by the nonverbal sign. It is also discovered myths which used by the author which triggers the perlocutionary acts from the readers.