ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Tindak Tutur Pada Ungkapan Slang dalam Instagram: Kajian Pragmatik. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengidentifikasi jenis tindak tutur dan 2) menemkan jenis makna pada ungkapan slang dalam Instagram. Teori yang digunakan untuk menganalisis jenis tindak tutur diambil dari Searle (2005), sedangkan jenis makna berdasarkan teori makna dari Mansoer Pateda (2001).Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menekankan pengamatan mendalam dan memberikan gambaran rinci terkait pengumpulan dan analisis data (Creswell 2018). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dari 47 data hasil Penelitian diperoleh 1) 3 jenis tindak tutur yaitu 14 (30%) data lokusi, 27 (57%) data ilokusi, dan 6 (13%) data perlokusi. Dari temuan tersebut tergambarkan bahwa mayoritas ungkapan slang digunakan untuk menyampaikan tindakan ilokusi, seperti ekspresi, pendapat, atau permintaan, daripada untuk menyampaikan informasi secara langsung, 2) jenis makna yang terkandung dalam ungkapan slang terdiri atas 16 (34%) data jenis makna asosiatif, 14 (30%) data jenis makna konotatif, 6 (13%) data jenis makna gramatikal, dan 11 (23%) data jenis makna leksikal. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan slang di Instagram sering kali bertujuan untuk membangun hubungan sosial dan mengekspresikan identitas secara kreatif. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang peran pragmatik dalam penggunaan bahasa di media sosial, khususnya dalam konteks ungkapan slang yang terus berkembang. Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan untuk memahami dinamika komunikasi di platform digital dan pentingnya adaptasi teori tindak tutur dalam konteks baru seperti media sosial.

Kata kunci: tindak tutur, pragmatik, ungkapan slang, Instagram, media sosial

ABSTRACT

This thesis is titled “Speech Acts in Slang Expressions on Instagram: A Pragmatic Study.” This research aims to 1) identify the types of speech acts and 2) determine the types of meanings in slang expressions on Instagram. The theory used to analyze the types of speech acts is taken from Searle (2005), while the types of meanings are based on the theory of meaning by Mansoer Pateda (2001). The method used in this research is a qualitative method, emphasizing in-depth observation and providing a detailed description related to data collection and analysis (Creswell 2018). The research results show that from 47 data points, the findings are: 1) 3 types of speech acts, namely 14 (30%) locutionary acts, 27 (57%) illocutionary acts, and 6 (13%) perlocutionary acts. These findings illustrate that the majority of slang expressions are used to convey illocutionary acts, such as expressions, opinions, or requests, rather than to convey information directly. 2) The types of meanings contained in slang expressions consist of 16 (34%) associative meanings, 14 (30%) connotative meanings, 6 (13%) grammatical meanings, and 11 (23%) lexical meanings. These findings indicate that the use of slang on Instagram is often intended to build social relationships and creatively express identity. This research contributes to the understanding of the role of pragmatics in language use on social media, particularly in the context of slang expressions that are continually evolving. The implications of this research can be used to understand the dynamics of communication on digital platforms and the importance of adapting speech act theory in new contexts such as social media.

Keywords: speech acts, pragmatics, slang expressions, Instagram, social media