

**DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK
DI MEDIA DARING INSTAGRAM
(KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Sastra



oleh

Merry Melyani

NIM 1606149

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
DEPARTEMEN PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA UNIVERSITAS
PENDIDIKAN INDONESIA**

2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Merry Melyani

1606149

**DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA
DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing

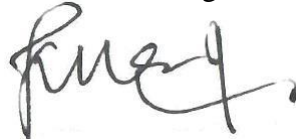
Pembimbing I,



Dr. H. Aceng Ruhendi S., M.Hum.

NIP. 195608071980121001

Pembimbing II,



Drs. Encep Kusumah, M.Pd.

NIP. 196502101991121001

Mengetahui

Ketua Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia,



Dr. Yulianeta, M.Pd.

197507132005012002

Merry Melyani, 2020

*DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN
PRAGMASEMIOTIK)*

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Daya Tuturan Persuasif dalam Poster Iklan Gojek di Media Daring” berikut seluruh isinya adalah benar benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dan tidak ada di dalamnya merupakan plagiat dari hasil karya orang lain atau pengutipan dengan car-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya.

Bandung, Juli 2020

Merry Melyani

KATA PENGANTAR

Karya ilmiah merupakan hal yang sudah melekat pada seorang mahasiswa. Penulis sangat bersyukur telah menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul “**DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)**” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Penulis ucapkan terima kasih kepada Allah Swt. karena telah memberikan anugerah sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dan berterima kasih kepada orang tua penulis, dosen, staf serta teman-teman yang sudah membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan semangat.

Penulis telah berupaya secara maksimal, namun tidak tertutup kemungkinan masih terdapat kesalahan. Maka dari itu penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga segala hal yang telah penulis pelajari dan karya ilmiah ini dapat membantu bagi kehidupan penulis setelah lulus serta dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang akan membuat karya ilmiah.

Bandung, Juni 2020

Penulis

Merry Melyani

Merry Melyani, 2020
DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, motivasi, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, baik selama perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka dalam kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak karunianya sehingga penulis dapat melaksanakan proses skripsi ini dengan baik
2. Kedua orang tua, Bapak Asep Toto Heriyanto dan Ibu Rostini yang telah memberikan arahan dan dukungan secara moril maupun materil. Serta keluarga yang telah memberi dukungan dalam proses penyusunan skripsi
3. Bapak Prof. Dr. Dadang S. Anshori, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra
4. Bapak Dr. Yulianeta, M.Hum., selaku Ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia
5. Bapak Dr. Aceng Ruhendi Syaifullah, M. Hum., selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dalam proses penyusunan skripsi
6. Bapak Drs. Encep Kusumah, M.Pd., selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dalam proses penyusunan skripsi
7. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia untuk ilmu, pengalaman, dan bantuan yang telah diberikan
8. *Founder* Gojek Indonesia dan seluruh Staff Gojek Indonesia yang telah memberikan informasi dan pengetahuan yang dapat dijadikan referensi dalam penyusunan skripsi

9. Dinda Nabila, Nafal Awalya, dan Ravli Ferial yang telah menemani, memberi bantuan, dan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi
10. Teman – teman program studi Bahasa dan Sastra Indonesia yang sudah menemani selama berada di lingkungan kampus UPI

Akhir kata, penulis panjatkan doa semoga Allah SWT memberikan imbalan yang setimpal atas segala bentuk bantuan dan dukungan dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi. Aamiin.

ABSTRAK

DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Merry Melyani

1606149

Latar belakang penelitian ini ditemukan adanya fenomena kebahasaan yang menjadi daya tarik pada poster Gojek. Penelitian ini memiliki 24 data poster Gojek. Teori penelitian ini menggunakan teori semiotik menurut Charles Sander Peirce dan Tindak Tutur Ilokusi menurut Austin. Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan penggunaan persuasif yang digunakan Gojek dalam membuat iklan pada poster. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu, untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, serta akurat pada fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Untuk melihat respon masyarakat terhadap poster iklan Gojek, maka diambil 10 komentar teratas dari setiap poster yang dikaji. Pengambilan data respons masyarakat ini diambil melalui akun *Instagram* Gojek @gojekindonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan Gojek menggunakan metode yang sama pada setiap tuturan yaitu Ilokusi *Expositives* dan gambar yang menunjukkan sebab akibat. Hasil dari semioik pada setiap data berbeda karena gambar setiap poster berbeda. Hasil dari repons masyarakat sangat positif, namun 1 dari 10 komentar selalu ada masyarakat yang menulis komentar di luar menanggapi poster iklan. Temuan penelitian ini ada 5 yaitu, (1) menggunakan kalimat deskripsi, menarik, singkat dan membuat penasaran; (2) gambar pada poster berkaitan dengan tuturan; (3) menggunakan warna yang menarik dan terang pada seluruh bagian poster; (4) jangan biarkan poster memiliki bagian kosong; (5) menggunakan gambar dengan jenis animasi.

Kata kunci : Persuasif, Pragmasemiotik, *Instagram*

Merry Melyani, 2020
DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

PERSUASIVE TABLE OF POWER IN THE GOJEK ADVERTISEMENT POSTER IN THE MEDICAL DARING INSTAGRAM (PRAGMASEMIOTIC STUDY)

Merry Melyani

1606149

The background of this research found the existence of a linguistic phenomenon which became the attraction of the Gojek poster. This study has 24 Gojek poster data. This research theory uses semiotic theory according to Charles Sander Peirce and Illocutionary Actions according to Austin. The purpose of this study was to demonstrate the persuasive use Gojek uses in making advertisements on posters. This research method uses qualitative research methods, namely, to make systematic, factual, and accurate descriptions of the facts and characteristics of a particular population or area. To see the public's response to Gojek's advertising posters, the top 10 comments were taken from each poster studied. This community response data collection is taken through the Instagram account Gojek @gojekindonesia. The results of this study indicate that Gojek uses the same method in every speech, namely Illocutionary Expositives and pictures that show cause and effect. The semioic results for each data are different because the images for each poster are different. The results of the public response are very positive, but 1 in 10 comments there are always people who write comments outside of responding to advertising posters. There are 5 findings of this research, namely (1) using descriptive sentences, interesting, short and intriguing; (2) the picture on the poster is related to the speech; (3) use attractive and bright colors in all parts of the poster; (4) don't let the poster have blank sections; (5) using an image with an animation type.

Merry Melyani, 2020

DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Keywords: Persuasive, Pragmasemiotic, Instagram

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1. 2.1 Identifikasi Masalah Umum.....	4
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teoretis	7
2.2 Tinjauan Pustaka	8
BAB III	13
METODOLOGI PENELITIAN	13
3.1 Bagan Desain	13
3.2 Data dan Sumber Data	14
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	14
3.4 Instrumen Pengumpulan Data.....	14
Tabel 3. 2 Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	14
Tabel 3. 3 Tabel Komentar	15
3.5 Teknik Analisis Data.....	15
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	15
BAB IV	16

Merry Melyani, 2020

DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Deskripsi Data.....	16
Tabel 4. 1 Data Poster Iklan Gojek.....	16
4.2 Hasil Temuan Penelitian	17
Data 1	17
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	18
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	18
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	18
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	18
c. Tabel Komentar.....	20
Tabel 4.4 Hasil Tabel Komentar.....	20
Data 2 (Gocar).....	21
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	21
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	22
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	22
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	22
c. Tabel Komentar.....	25
Tabel 4. 7 Hasil Tabel Komentar.....	25
Data 3 (Goride)	26
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	27
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	27
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	27
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	27
c. Tabel Komentar.....	30
Tabel 4.9.....	30
Tabel 4. 10 Hasil Tabel Komentar.....	30
Data 4 (Gofood)	31
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	31
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	31
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	32
c. Tabel Komentar.....	34
Tabel 4. 13 Hasil Tabel Komentar.....	34
Data 5 (Goride)	35
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	36
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	36
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	36
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	36

Merry Melyani, 2020

DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

c. Tabel Komentar.....	37
Tabel 4. 16 Hasil Tabel Komentar	37
Data 6 (Goride)	39
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	39
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	39
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	40
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	40
c. Tabel Komentar.....	41
Tabel 4. 19 Hasil Tabel Komentar	41
Data 7 (Goride)	43
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	43
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	43
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	44
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	44
c. Tabel Komentar.....	45
Tabel 4. 22 Hasil Tabel Komentar	45
Data 8 (Goride)	46
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	46
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	46
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	47
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	47
c. Tabel Komentar.....	48
Tabel 4. 25 Hasil Tabel Komentar	48
Data 9 (Goride)	50
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	50
Tabel 4. 26 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	50
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	51
Tabel 4. 27 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	51
c. Tabel Komentar.....	52
Tabel 4. 28 Hasil Tabel Komentar	52
Data 10.....	53
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	53
Tabel 4. 29 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	53
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	54
Tabel 4. 30 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	54
c. Tabel Komentar.....	56
Tabel 4. 31 Hasil Tabel Komentar	57

Merry Melyani, 2020

DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Data 11 (Goplay).....	58
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	58
Tabel 4. 32 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	58
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure 31	59
Tabel 4. 33 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	59
c. Tabel Komentar.....	60
Tabel 4. 34 Hasil Tabel Komentar.....	60
Data 12 (Gomassage).....	61
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	61
Tabel 4. 35 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	61
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	62
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	62
c. Tabel Komentar.....	63
Tabel 4. 37 Hasil Tabel Komentar.....	63
Data 13 (Goclean).....	64
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	64
Tabel 4. 38 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	64
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	65
Tabel 4. 39 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	65
c. Tabel Komentar.....	66
Tabel 4. 40 Hasil Tabel Komentar.....	66
Data 14 (Goride)	67
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi 39	68
Tabel 4. 41 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	68
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure 40	68
Tabel 4. 42 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	68
c. Tabel Komentar.....	70
Tabel 4. 43 Hasil Tabel Komentar.....	70
Data 15.....	71
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	71
Tabel 4. 44 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	71
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	72
Tabel 4. 45 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	72
c. Tabel Komentar.....	73
Tabel 4. 46 Hasil Tabel Komentar.....	73
Data 16 (Gocar).....	74
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	74

Merry Melyani, 2020

DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Tabel 4. 47 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	74
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	75
Tabel 4. 48 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	75
c. Tabel Komentar.....	76
Tabel 4. 49 Hasil Tabel Komentar	76
Data 17 (Goshop).....	78
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	78
Tabel 4. 50 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	78
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	79
Tabel 4. 51 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	79
c. Tabel Komentar.....	80
Tabel 4. 52 Hasil Tabel Komentar.....	80
Data 18 (Gotix)	81
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	82
Tabel 4. 53 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	82
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	82
Tabel 4. 54 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	82
c. Tabel Komentar.....	84
Tabel 4. 55 Hasil Tabel Komentar	84
Data 19 (Gotix)	85
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	85
Tabel 4. 56 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	85
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	86
Tabel 4. 57 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	86
c. Tabel Komentar.....	87
Tabel 4. 58 Hasil Tabel Komentar	87
Data 20 (Gogive).....	88
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	89
Tabel 4. 59 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	89
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	89
Tabel 4. 60 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	89
c. Tabel Komentar.....	91
Tabel 4. 61 Hasil Tabel Komentar	91
Data 21 (Goplay).....	92
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	93
Tabel 4. 62 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	93
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	93

Tabel 4. 63 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	94
c. Tabel Komentar.....	95
Tabel 4. 64 Hasil Tabel Komentar	95
Data 22 (Gogames)	97
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	97
Tabel 4. 65 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	97
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	98
Tabel 4. 66 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussur	98
c. Tabel Komentar.....	100
Tabel 4. 67 Hasil Tabel Komentar	100
Data 23 (Gofood)	101
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	101
Tabel 4. 68 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	101
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	102
Tabel 4. 69 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	102
c. Tabel Komentar.....	104
Tabel 4. 70 Hasil Tabel Komentar	104
Data 24 (Gotix)	105
a. Analisis Tindak Tutur Ilokusi	106
Tabel 4. 71 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	106
b. Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	106
Tabel 4. 72 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	107
c. Tabel Komentar.....	108
Tabel 4. 73 Hasil Tabel Komentar	108
Tabel 4. 74 Perbedaan dari Setiap Penelitian.....	109
BAB V	116
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....	116
5.1 Simpulan	116
5.2 Implikasi.....	116
5.3 Rekomendasi.....	117
LAMPIRAN.....	120
RIWAYAT HIDUP PENULIS	120
SURAT KETERANGAN	122

Merry Melyani, 2020
DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Daftar Tabel

Tabel 3. 2 Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure.....	14
Tabel 3. 3 Tabel Komentar	15
Tabel 4. 1 Data Poster Iklan Gojek.....	16
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	18
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	18
Tabel 4.4 Hasil Tabel Komentar.....	20
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	22
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	22
Tabel 4. 7 Hasil Tabel Komentar	25
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	27
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	27
Tabel 4. 10 Hasil Tabel Komentar	30
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	31
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	32
Tabel 4. 13 Hasil Tabel Komentar	34
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	36
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	36
Tabel 4. 16 Hasil Tabel Komentar	37
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	39
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	40
Tabel 4. 19 Hasil Tabel Komentar	41
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	43
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	44
Tabel 4. 22 Hasil Tabel Komentar	45
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	46
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	47
Tabel 4. 25 Hasil Tabel Komentar	48
Tabel 4. 26 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	50
Tabel 4. 27 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	51
Tabel 4. 28 Hasil Tabel Komentar	52
Tabel 4. 29 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	53

Merry Melyani, 2020

DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Tabel 4. 30 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	54
Tabel 4. 31 Hasil Tabel Komentar	57
Tabel 4. 32 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	58
Tabel 4. 33 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	59
Tabel 4. 34 Hasil Tabel Komentar	60
Tabel 4. 35 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	61
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	62
Tabel 4. 37 Hasil Tabel Komentar	63
Tabel 4. 38 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	64
Tabel 4. 39 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	65
Tabel 4. 40 Hasil Tabel Komentar	66
Tabel 4. 41 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	68
Tabel 4. 42 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	68
Tabel 4. 43 Hasil Tabel Komentar	70
Tabel 4. 44 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	71
Tabel 4. 45 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	72
Tabel 4. 46 Hasil Tabel Komentar	73
Tabel 4. 47 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	74
Tabel 4. 48 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	75
Tabel 4. 49 Hasil Tabel Komentar	76
Tabel 4. 50 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	78
Tabel 4. 51 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	79
Tabel 4. 52 Hasil Tabel Komentar	80
Tabel 4. 53 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	82
Tabel 4. 54 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	82
Tabel 4. 55 Hasil Tabel Komentar	84
Tabel 4. 56 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	85
Tabel 4. 57 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	86
Tabel 4. 58 Hasil Tabel Komentar	87
Tabel 4. 59 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	89
Tabel 4. 60 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	89
Tabel 4. 61 Hasil Tabel Komentar	91

Tabel 4. 62 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	93
Tabel 4. 63 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	94
Tabel 4. 64 Hasil Tabel Komentar	95
Tabel 4. 65 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	97
Tabel 4. 66 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussur	98
Tabel 4. 67 Hasil Tabel Komentar	100
Tabel 4. 68 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	101
Tabel 4. 69 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	102
Tabel 4. 70 Hasil Tabel Komentar	104
Tabel 4. 71 Hasil Analisis Tindak Tutur Ilokusi.....	106
Tabel 4. 72 Hasil Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure	107
Tabel 4. 73 Hasil Tabel Komentar	108
Tabel 4. 74 Perbedaan dari Setiap Penelitian.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Poster Gojek.....	1
Gambar 1. 2 Gambar Komentar Masyarakat.....	2
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	14
Gambar 4. 1 Poster Goride.....	19
Gambar 4. 2 Poster Gocar.....	22
Gambar 4. 3 Poster Goride.....	27
Gambar 4. 4 Poster Gofood.....	31
Gambar 4. 5 Poster Goride.....	35
Gambar 4. 6 Poster Goride.....	39
Gambar 4. 7 Poster Goride.....	43
Gambar 4. 9 Poster Goride.....	50
Gambar 4. 8 Poster Goride.....	46
Gambar 4. 10 Poster Gosend.....	53
Gambar 4. 11 Poster Goplay.....	57
Gambar 4. 12 Poster Gomassage.....	60
Gambar 4. 13 Poster Goclean.....	63
Gambar 4. 14 Poster Goride.....	67
Gambar 4. 15 Poster Gofitness.....	70
Gambar 4. 16 Poster Gocar.....	73
Gambar 4. 17 Poster Goshop.....	77
Gambar 4. 18 Poster Gotix.....	80
Gambar 4. 19 Poster Gotix.....	84
Gambar 4. 20 Poster Gogive.....	88
Gambar 4. 21 Poster Goplay.....	91
Gambar 4. 22 Poster Gogames.....	96
Gambar 4. 23 Poster Gofood.....	100
Gambar 4. 24 Poster Gotix.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Data Riwayat Hidup Penulis.....	11
--	----

DaftarPustaka

Aziz, M. F. (2017). *Analisis makna iklan gojek versi “MICHAEL ESSIEN” di televisi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA.

Bachari, A. D. dan Juansah, D. E. (2017). *Pragmatik: Analisis penggunaan bahasa*. Bandung: Penerbit Prodi Linguistik SPS Universitas Pendidikan Indonesia.

Fatiha, R. dan Sally P. (2014). *Analisis semiotik poster propaganda nazi*.
<http://www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-05/S56673-Rina%20Fatiha>.
Diakses pada 17 Desember 2019, pukul 22.06.

Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan dinamika sosial budaya*. Depok : Komunitas Bambu.

Id.wikipedia.org. (2019, 7 Desember). *Gojek*. Diakses pada 19 Desember 2019, dari
<https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>.

Kushatanti, U. Y. dan Multamia RMT. L. (2009). *Pesona bahasa langkah awal memahami linguistik*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Nurhasanah, S. (2018). *Daya pragmatik tuturan iklan layanan masyarakat pemerintah kota bandung (Kajian Pragmasemiotika)*. Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra. UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA.

Pardede, T. (2019). *Representasi gaya hidup moderen dalam iklan gojek indonesia versi hidup tanpa batas itu apa sih*. Jom.unri.ac.id. JOM FISIP Vol. 6: Edisi I. 17 Desember 2019, pukul 20.53.

Merry Melyani, 2020
DAYA TUTURAN PERSUASIF DALAM POSTER IKLAN GOJEK DI MEDIA DARING INSTAGRAM (KAJIAN PRAGMASEMIOTIK)

Pelajaran.co.id. (2019, 2 Desember). *Pengertian Sintaksis : Struktur, Alat, Satuan, Ruang Lingkup dan Objek Kajian Sintaksis*. Diakses pada 20 Desember 2019, dari <https://www.pelajaran.co.id/2019/02/pengertian-sintaksis.html>.

Ramlan, M. (2005). *Ilmu bahasa indonesia sintaksis*. Yogyakarta : C.V. "KARYONO".

Salamadian.com (2017, 1). *13 Arti Warna dan Psikologi Warna, Terlengkap! (Merah, Ungu, Kuning, Hijau, Coklat, Biru dll)*. Diakses pada 17 Agustus 2020, dari <https://salamadian.com/arti-warna/>.

Seputarpengertian.co.id. (2015, 12). *12 Pengertian Iklan Menurut Para Ahli (Pembahasan Lengkap)*. Diakses pada 19 Desember 2019, dari <https://www.seputarpengertian.co.id/2015/12/12-pengertian-iklan-menurut-para-ahli-terlengkap.html>.

Sobur, A. (2013). *Semiotika komunikasi*. Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA.

Swastika, V. (2019). *Analisis efektivitas iklan video online gojek versi introducing:jo & jek menggunakan direct rating method (Studi pada Pelanggan Gojek di Bandarlampung)*. FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK. UNIVERSITAS LAMPUNG : BANDARLAMPUNG.

Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika komunikasi visual*. Yogyakarta : JALASUTRI.