



**TINDAK TUTUR DIREKTIF PADA IKLAN
KOSMETIK TELEVISI BERBAHASA JEPANG**

Skripsi
disajikan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
Prodi Pendidikan Bahasa Jepang

oleh
Lutfi Tarnoto
2302405014

PERPUSTAKAAN
UNNES

**JURUSAN BAHASA DAN SASTRA ASING
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2010**

まとめ

タルノト・ルトフィ。2010年。テレビで日本語のコスメティック広告における

ディレクティブ言語行動。論文。スマラン国立大学、言語芸術学部外国語外国文学
科。第一指導教官:

リナ・スプリヤトニンシー。第二指導教官: ユン・ロスリヤー。

キーワード : ディレクティブ言葉、機能言葉、Modus言葉、広告

1. 序論

コミュニケーションに言葉は大切な役割をもっている。たとえば、
ディレクティブ言語行動である。Searle (Palmer
1986:13)によれば、話すことで、聞き手にさせたいことをさせる。テレビの広告では、に消
費者を誘うのに言葉をよく使う。ディレクティブ言語行動はいろいろな機能を持っている。
たとえば、
消費者に生産品を使わせる機能である。この研究の目的は2008年に日本語のTBSのテレビ
のコスメティック広告におけるディレクティブ言語行動の機能と Modus 知りたい。

2. 理論

a. ディレクティブ言語行動 Searle (Palmer 1986:13) によると、話すことで、
聞き手にさせたいことをさせる。テレビの広告で消費者を誘うのに言葉をよく使う。Rus
tono (2000:99) によると、ディレクティブ言語行動は他の名前は
インピシオティブ言語行動ともいう。

b. ディレクティブ言葉の機能と Modus

Rustono (2000:99)

によよると、ディレクティブ言葉の機能は話し手と聞き手の間で、コミュニケーションす

るために、使われる。プラグマティスの機能は

たとえば、命令や、依頼や、告訴や、建議や、挑戦である。

Chaer (2003:258) によると、Modusというのは話してのきぼつどうりにする
と言う心理的情況を表す。Wijana (1996:32) による、Modusは三つ
にわけられる： Modus Deklaratif, Modus Interogatif, dan Modus Imperatif.

3. 研究方法

本研究の調査方法は質的記述法である。その本研究のデータは2008年に
日本語のTBSのテレビ放送局の日本ドラマシリーズの「エディソンの母」の広告
である。本研究のデータ集はコスメティック広告で聞き手にディレクティブの
言葉の文を伝える。本研究のデータを集め方は再聴の法と記入法である。データのカードに
再調の結果を記入する。そのデータは機能と Modusに分けられる。

データを分析する方法はTeknik Unsur Pilar Penentu (PUP)でデータの研究を
選べる道具である。

4. データの分析

データの分析した結果にもといて、2008年に日本語のTBSのテレビ放送局にディレ
クティブ言葉は17データ見つけれられる。その分析した結果は Modus
Imperatifを持つ、命令のディレクティブ機能は四つである。Modus
Imperatifを持つ、依頼のディレクティブ機能は一つである。Modus Deklaratifを
持つ、告訴のディレクティブ機能は一つである。Modus Imperatifを持つ、建議の
ディレクティブ機能は一つである。Modus
Deklaratifを持つ、建議のディレクティブ機能は七つである。Modus

Imperatifを持つ、挑戦のディレクティブ機能は一つである。Modus

Interogatifを持つ、挑戦のディレクティブ機能は二つである。

5. まとめ

分析の結果にもとづいて、結論以下のがえられた。

- a. 2008年に日本語のTBSのテレビ放送局におけるコスメティック広告のディレクティブの機能は命令や、依頼や、告訴や、建議や、挑戦である。
- b. 2008年に日本語のTBSのテレビ放送局におけるコスメティック広告のディレクティブのModusはDeklaratifや、Interogatifや、Imperatif である。

