

ABSTRACT

This research analyzes the perlocutionary acts contained in Diera Nathania's Youtube channel and aims to describe the forms of perlocutionary acts used when communicating in vlogs and the responses that occur due to these speech acts. This type of research is descriptive qualitative. Leech's (1993) perlocutionary verb theory is the theory used to analyze the data. The data source in the research is Diera Nathania's YouTube channel and the data is in the form of perlocutionary acts contained in the vlog. The data were analyzed using documentation and note-taking techniques. Data triangulation was conducted to validate the data in this study. The perlocutionary speech acts contained in Diera Nathania's vlog not only affect the speakers, but can also affect the Youtube audience because the content is informative, that aims to inform something. The perlocutionary act that can affect Youtube audience is to bring hearer to learn that (make speakers know that) because it contains information that makes YouTube audiences know something. The forms of perlocutionary acts in this study found 2 data of get hearer to think about (make speakers think something), 13 data of bring hearer to learn that (make speakers know that), 4 data of get hearer to do (make speakers do something), 2 data of distract (divert attention), 1 data of persuade (persuade), 1 data of encourage (encourage), relieve tension (relieve) as much as 1 data,

Keywords: Pragmatics, Speech act, Perlocutionary act, Leech

要旨

本研究では、Diera Nathania の Youtube チャンネルにおける vlog の発話媒介行為について論じる。本研究では、vlog での会話において使用される発話媒介行為の形式と、これらの発話媒介行為によって生じる反応を説明することである。本研究では質的な記述研究であり、データ分析に使用された理論は Leech 1993 の「発話媒介行為の理論」を使用しデータ分析を行った。データソースは Diera Nathania の Youtube チャンネルであり、データは vlog に含まれる説得的行為の形式になっています。さらに、観察とメモ取りを使用して分析した。データを検証するために、データの三角測量が実施した。Diera Nathania の Vlog に含まれる発話媒介行為は、話し手に影響を与えるだけでなく、Youtube の視聴者にも影響を与えることができる。Youtube の視聴者に影響を与えることができるのは発話媒介行為で、Youtube の視聴者に何かを知ってもらうための情報が含まれているため、視聴者にそれを知ってもらう（発話者にそれを知ってもらう）ことである。本研究の結果は、「get hearer to think about」の発話媒介行為のデータは2つ、「get hearer to learn that」のデータは13、「get hearer to do」のデータは4つ、「distract」のデータは2つ、「persuade」のデータは1つ、「encourage」のデータは1つ、「relieve tension」のデータは1つ、「inspire」のデータは2つ、「embarrass」のデータは1つ、「frighten」のデータは1つと明らかにした。分析結果から、vlog を視聴する聞き手に何かを知ってもらう発話媒介行為を含む発言が最も多く使われていた。

キーワード：語用論、言語行動、発話媒介行為、leech