



**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI**  
Nomor: 924.1/C/FKIP-UN PGRI/VIII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Intan Prastihastari Wijaya, M.Pd., M.Psi.  
NIDN : 0729078402  
Jabatan : Gugus Penjamin Mutu

Menyatakan bahwa:

Nama : Rosyida Septiani  
NIM : 2014040025  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Judul Skripsi : Bentuk, Strategi, dan Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial TikTok

Telah melakukan cek plagiasi pada dokumen Skripsi dengan hasil sebesar 30% dan dinyatakan bebas dari unsur-unsur plagiasi. (Ringkasan hasil plagiasi terlampir)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kediri, 6 Agustus 2024

Gugus Penjamin Mutu,



Intan Prastihastari Wijaya, M.Pd., M.Psi.

# Rosyida\_1

*by* Muhammad Raziullah

---

**Submission date:** 05-Jul-2024 02:08PM (UTC+0500)

**Submission ID:** 2412714746

**File name:** BAB\_I-5\_ROSYIDA\_FIX.docx (159.54K)

**Word count:** 15597

**Character count:** 98560

## PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Bahasa memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, yaitu sebagai alat komunikasi dengan orang lain. Melalui bahasa, manusia dapat memperoleh informasi, pengetahuan, bertukar ide atau gagasan mengenai suatu hal. Sebagai alat komunikasi, bahasa mampu menimbulkan adanya rasa saling mengerti antara penutur dan mitra tutur (Krisye dkk., 2021). Oleh sebab itu, dengan berkomunikasi manusia dapat melakukan sebuah tindak tutur.

Teori tindak tutur merupakan suatu kajian tentang apa yang sebenarnya dilakukan oleh penutur melalui tuturan yang digunakannya. Tindak tutur lebih menekankan pada upaya pemahaman maksud sebuah ujaran, khususnya tindak tutur direktif. Tindak tutur direktif digunakan untuk mengekspresikan maksud penutur (keinginan dan harapan) sehingga suatu ujaran atau sikap yang disampaikan dapat dijadikan alasan untuk bertindak oleh mitra tutur Austin dalam (Ibrahim, 1993). Tindak tutur direktif dapat menimbulkan efek kepada mitra tutur, seperti mengajak, meminta, memaksa, mendesak, menyarankan, memohon, menagih, memerintah, menantang, dan memberi aba-aba. Dengan demikian, tindak tutur dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi.

Promosi merupakan bagian dan proses strategi dalam memasarkan sebuah barang yang dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa (Aini & Maika, 2022). Dalam melakukan promosi, seorang pemengaruh tidak cukup hanya menggunakan sebuah tindak tutur, tetapi harus didukung dengan strategi yang baik. Strategi tindak tutur penting karena dapat memengaruhi konsumen untuk membeli barang yang dipromosikan. Agar suatu barang mudah dipromosikan, maka dibutuhkan sebuah media, salah satunya yaitu <sup>1</sup> media sosial.

Di era digital, kemajuan teknologi dan informasi semakin pesat. Perkembangan teknologi membuat manusia menginginkan semua hal menjadiserba cepat (instan dan mudah dicari) sehingga media sosial lebih diminati. Media sosial adalah suatu perangkat yang dapat menyajikan hiburan, pendidikan, informasi, sarana komunikasi dengan manusia di berbagai belahan dunia. Hal itu membuat masyarakat lebih intens dalam menggunakan media sosial.

<sup>51</sup> Menurut Nasrullah (2020), media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna dalam mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*. Adapun beberapa jenis media sosial yang saat ini sedang digemari masyarakat yaitu *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Tiktok*. Saat ini, <sup>73</sup> pengguna aktif *Tiktok* di Indonesia mencapai 99,1 juta orang. Olehkarena itu, *Tiktok* membuat seorang pemengaruh akan lebih mudah dalam mempromosikan

suatu barang.

Penelitian terkait tindak tutur direktif sudah banyak dilakukan. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Merisha (2022) yang berjudul “Pengaruh Tindak Tutur Direktif Pemengaruh (Influencer) dalam Promosi (Endorsement) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Belanja Masyarakat”, bertujuan untuk menganalisis bentuk dan fungsi tindak tutur direktif dalam media sosial Fadil Jaidi serta pengaruhnya terhadap minat belanja masyarakat. Berdasarkan hasil penelitiannya diperoleh 36 data bentuk tindak tutur direktif *requestives*, 74 data bentuk tindak tutur direktif *questions*, 128 data bentuk tindak tutur direktif *requirements*, 72 data bentuk tindak tutur direktif *prohibitives*, dan 182 data bentuk tindak tutur direktif *advories*. Selain itu, juga diperoleh 31 fungsi tindak tutur direktif dan yang paling dominan digunakan adalah bentuk tindak tutur *advories*. Kesamaan penelitian ini yaitu untuk menganalisis bentuk dan fungsi tindak tutur direktif dalam media sosial. Namun, peneliti lebih berfokus untuk mendeskripsikan bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif yang digunakan pemengaruh dalam promosi di media sosial *Tiktok*. Strategi diperlukan Strategi diperlukan dalam promosi untuk memperkenalkan barang, mengingat barang yang ditawarkan, dan menonjolkan kelebihan barang tersebut, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membelinya.

Penelitian sejalan lainnya juga dilakukan oleh Amalia, dkk (2016) yang berjudul “Tindak Tutur Direktif dalam Iklan Obat di Televisi”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui jenis tindak tutur direktif dalam iklan obat di televisi dan fungsi tindak tutur direktif dalam iklan obat di televisi. Berdasarkan hasil penelitiannya diperoleh empat jenis tindak

tutur direktif, yakni tindak tutur requesitif; tindak tutur quesitif; tindak tutur requiremen; dan tindak tutur advisoris;serta lima fungsi tindak tutur, yaitu fungsi mengajak, fungsi menasihati, fungsi menanyakan, fungsi menyuruh, dan fungsi menyarankan. Terdapat kesamaan antara penelitian ini yaitu terkait fungsi tindak tutur direktif. Namun, penelitian terdahulu hanya mendeskripsikan jenis/bentuk tindak tutur direktif dan fungsi tindak tutur direktif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berfokus untuk mendeskripsikan bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif dalam melakukan promosi di media sosial *Tiktok*. Pentingnya bentuk, stategi, dan fungsi tindak tutur direktif yang tepat akan menarik minat masyarakat dan mendorong masyarakat untuk membeli barang yang ditawarkan oleh pemengaruh saat melakukan siaran langsung.

Selain itu, Sulistyaningrum dan Nugraha (2018) dalam penelitiannya yang berjudul "*Tindak Tutur Direktif alam Iklan Layanan Masyarakat di Media Televisi serta Kemungkinan Efeknya*", bertujuan mendeskripsikan fungsi tuturan direktif yang ada dalam iklan masyarakat di media televisi. Dalam penelitiannya diperoleh tindak tutur direktif memerintah, tindak tutur direktif mengajak, tindak tutur direktifmeminta, tindak tutur direktif menyuruh, tindak tutur direktif memohon, tindak tutur direktif menyarankan, tindak tutur direktif memerintah, tindak tutur direktif memberikan aba-aba. Kesamaan peneltian yaitu pada fungsi tindak tutur direktif. Akan tetapi, perbedaan dengan penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan jenis/bentuk dan fungsi tindak tutur direktif saja

melainkan pada bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif dalam melakukan promosi di media sosial *TikTok*.

Penelitian relevan lainnya juga dilakukan oleh Sumarsih (2018) yang berjudul “*Strategi dan Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Poster Pendidikan*”, bertujuan untuk mengetahui strategi dan fungsi tindak tutur direktif pada poster pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan modus tuturannya, strategi tindak tutur direktif yang digunakan meliputi strategi langsung dan tidak langsung. Ditemukan juga enam fungsi tindak tutur direktif, yaitu fungsi melarang, fungsi mengajak, fungsi menyuruh/memerintah, fungsi menasihati, fungsi menyindir/mengkritik, dan fungsi meminta/mengimbau. Penelitian terdahulu memiliki kesamaan, yaitu bertujuan untuk mengetahui strategi dan fungsi tindak tutur direktif. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada mendeskripsikan bentuk, strategi dan fungsi tindak tutur direktif pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*. Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa saat ini belum ada penelitian yang membahas mengenai bentuk, strategi dan fungsi tindak tutur direktif yang dilakukan oleh para pemengaruh di media sosial. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian mengenai “*Bentuk, Strategi dan Fungsi Tindak Tutur Direktif Pemengaruh dalam Promosi di Media Sosial TikTok*”.

## B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur

direktif yang digunakan pemengaruh dalam promosi di media sosial *Tiktok*, khususnya pada saat melakukan siaran langsung. Peneliti akan mendeskripsikan bentuk tindak tutur direktif, berupa tindak tutur direktif meminta, tindak tutur direktif bertanya, tindak tutur direktif memerintah, tindak tutur direktif melarang, dan tindak tutur direktif menyarankan. Selain itu, peneliti akan mendeskripsikan strategi promosi yang digunakan oleh pemengaruh, serta mendeskripsikan fungsi tindak tutur direktif meminta, mengajak, memaksa, mendesak, menyarankan, menyuruh, menagih, memerintah, memohon, menandang, dan memberi aba-aba yang digunakan pemengaruh dalam mempromosikan barang, berupa kosmetik; fashion; dan makanan.

### C. Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah bentuk tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *Tiktok*?
2. Bagaimanakah strategi tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *Tiktok*?
3. Bagaimanakah fungsi tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *Tiktok*?

### D. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bentuk tindak tutur direktif yang digunakan oleh



pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*.

2. Mendeskripsikan strategi <sup>13</sup> tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*.
3. Mendeskripsikan fungsi <sup>102</sup> tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*.

## E. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan <sup>3</sup> mengenai bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*.

### 2. Manfaat Praktis <sup>109</sup>

#### a. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini bermanfaat sebagai tugas akhir untuk menempuh jenjang pendidikan strata 1 di Universitas Nusantara PGRI Kediri. Selain itu, penulis juga dapat mempelajari <sup>3</sup> tentang bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok* dan berkontribusi <sup>1</sup> dalam bidang kebahasaan yaitu analisis penggunaan tindak tutur direktif ketika promosi di media sosial *TikTok*.

#### b. Bagi Pembaca <sup>118</sup>

Bagi pembaca penelitian ini bermanfaat sebagai acuan

dan referensi untuk penelitian sejenis. Penelitian ini juga bermanfaat untuk menambah pengetahuan pembaca mengenai bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*. Serta dapat juga dijadikan sebagai parameter saat melakukan promosi di media sosial *TikTok* di masa yang akan datang.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pragmatik

Konsep pragmatik<sup>54</sup> diperkenalkan di Indonesia pertama kali dalam kurikulum bidang studi bahasa Indonesia pada tahun 1984 yang diterbitkan oleh Departemen Pendidikan. Namun, istilah 'pragmatik'<sup>27</sup> untuk pertama kalinya telah disebut oleh Charles Morris pada tahun 1930-an. Pada sekitar awal tahun 1960-an, pragmatik dilahirkan kembali oleh J.L. Austin dengan bukunya yang berjudul *How to Do Things with Words*. Secara umum, pragmatik adalah studi tentang penggunaan bahasa dalam komunikasi, khususnya kajian tentang hubungan antar kalimat dengan konteks dan situasi yang dirujuk oleh kalimat tersebut.

<sup>4</sup> Levinson (1983) dalam bukunya yang berjudul *Pragmatics*, menjelaskan bahwa pragmatik merupakan kajian tentang hubungan antara bahasa dengan konteks yang mendasari penjelasan pengertian bahasa. Dengan batasan ini, dalam memahami pemakaian bahasa juga dituntut untuk memahami konteks yang mewadahi pemakaian bahasa<sup>13</sup> tersebut. Berdasarkan batasan-batasan yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa telaah pragmatik akan memperhatikan faktor-faktor yang mewadahi pemakaian bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini berarti bahwa pengguna bahasa tidak hanya dituntut menguasai kaidah gramatikal, tetapi juga harus menguasai kaidah sosiokultural dan konteks penggunaan bahasa.

<sup>2</sup> Pragmatik adalah studi tentang makna yang dikomunikasikan oleh penutur (atau penulis) dan diinterpretasikan oleh petutur (atau pembaca) yang mencakup makna penutur, makna tersembunyi, makna kontekstual, ungkapan tentang jarak relatif antara penutur dan petutur. Definisi yang disampaikan Yule di atas dapat dikatakan mendekati sempurna karena sudah merujuk pada penggunaan bahasa, interaksi sosial antara penutur/penulis dengan petutur/pembaca. Selain itu, Yule menyampaikan secara implisit mengenai aspek yang ada dalam pragmatik, yaitu: tindak tutur, implikatur percakapan, kesantunan dan sebagainya (Yule, 1996). Pendapat lain tentang definisi pragmatik juga dikemukakan oleh Jumanto. Satu definisi bersifat sangat sederhana dalam arti agar mudah diingat, meskipun nantinya akan cukup rumit dipahami. Sementara definisi satunya lebih komprehensif, tidak perlu diingat, meskipun nantinya sangat mudah dipahami. Secara sederhana, <sup>18</sup> pragmatik adalah studi tentang penggunaan bahasa sesuai dengan konteks. Sedangkan secara komprehensif, <sup>112</sup> pragmatik adalah studi tentang makna atas penggunaan bahasa dalam komunikasi antar penutur dan petutur sesuai dengan konteks, baik linguistik maupun situasi, dalam lingkup komunitas bahasa tertentu (Jumanto, 2017:41-42).

<sup>141</sup> Setelah memahami beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pragmatik adalah kajian mengenai bahasa dan konteks pemakaian bahasa yang dilakukan oleh penutur dan petutur. Artinya, makna bahasa yang disampaikan penutur kepada petutur tidak hanya dilihat dari struktur gramatikal saja. Akan tetapi, perlu memperhatikan bagaimanakah situasi atau konteks yang mendasari terjadinya peristiwa tutur tersebut.

## <sup>46</sup> B. Tindak Tutur

Tindak tutur (*speech act*) adalah gejala individual yang bersifat psikologis dan keberlangsungannya ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu (Chaer, 1995). Tindak tutur termasuk dalam unsur pragmatik yang melibatkan pembicara dan pendengar atau penulis dan pembaca serta apa yang dibicarakan. Bertutur dapat dikatakan sebagai aktivitas, karena hal tersebut kemungkinan memiliki maksud dan tujuan tertentu. Tuturan merupakan sarana utama komunikasi dan memiliki makna yang nyata dalam komunikasi, dengan bentuk ujaran yang melibatkan dua pihak dalam suatu kondisi tertentu (Chaer, 2010:61).

<sup>90</sup> Searle dalam (Rahardi, 2018) <sup>37</sup> membagi tindak tutur menjadi tiga jenis. Jenis tindak tutur yang pertama yaitu tindak lokusi (*locutionary act*). Tindak tutur lokusi adalah tuturan yang menyatakan sesuatu. Misalnya ada seseorang yang berujar “Mata pelajaran bahasa Indonesia itu tidak mudah”, tuturan itu hanya digunakan untuk menyampaikan tentang tidak mudahnya mata pelajaran bahasa Indonesia itu, tidak ada tujuan lain, tidak ada maksud lain. Itulah alasan tuturan lokusi dikatakan sebagai <sup>34</sup> ‘*the act of saying something*’.

Jenis yang kedua yaitu tindak ilokusi (*illocutionary act*). Tindak ilokusi adalah tuturan yang digunakan untuk melakukan sesuatu. Tindak tutur ilokusi sering disebut pula sebagai ‘*the act of doing something*’. Tuturan seperti “Ruangan ini ternyata gelap sekali, ya!” bagi orang tertentu akan menangkap makna kebahasaan dengan baik, maka akan dapat bermakna perintah atau

menghidupkan lampu atau membuka jendela agar tidak gelap. Jelas sekali bahwa untuk memakai tindak ilokusi itu diperlukan kehadiran konteks.

Bentuk jenis tindak tutur yang terakhir yaitu tindak perlokusi<sup>45</sup> (*perlocutionary act*). Tindak perlokusi adalah tuturan untuk memengaruhi mitra tutur atau pihak lain untuk melakukan sesuatu. Dapat dikatakan, di dalam tindak perlokusi itu terdapat pengaruh atau efek, baik secara sengaja maupun tidak sengaja oleh penuturnya. Sebagai contoh, jika ada ayah yang berujar kepada anaknya yang masih kecil yang sedang<sup>34</sup> *'bermain'* yang berbunyi, "*Cantik, ini sudah gelap*", maka sesungguhnya terdapat pengaruh tertentu yang dihadirkan oleh sang ayah kepada anaknya. Oleh karena itu,<sup>7</sup> tindak perlokusi sering disebut juga sebagai *'the act of affecting someone'*.

Dari penjelasan di atas<sup>33</sup> dapat disimpulkan bahwa tindak tutur merupakan suatu bahasa yang dapat dipahami dengan baik jika sejalan dengan situasi dan konteks bahasa tersebut. Tuturan juga dapat dikatakan bermakna, jika direalisasikan dalam komunikasi. Didasarkan pada suatu kondisi tertentu serta hubungannya dengan aktivitas antara tindakan dan tuturannya.

### C. Tindak Tutur Direktif

Searle dalam (Jumanto, 2017) membuat lima klasifikasi tindak tutur,<sup>127</sup> yakni: (1) komisif, (2) deklaratif, (3) direktif, (4) ekspresif, dan (5) representatif. Tindak tutur komisif menunjukkan penutur yang akan melakukan tindakan,<sup>15</sup> misalnya *'berjanji'* atau *'mengancam'*. Tindak tutur deklaratif menunjukkan penutur melakukan tindakan yang mengubah kenyataan yang ada di dunia,

misalnya ‘menikahkan’ atau melakukan proses ritual tertentu. Tindak tutur<sup>15</sup> direktif menunjukkan penutur menyuruh orang lain melakukan sesuatu, misalnya ‘memberi nasehat’ atau ‘memerintah’. Tindak tutur ekspresif menunjukkan penutur yang mengungkapkan perasaan atau sikapnya, misalnya ‘meminta maaf’ atau ‘berterima kasih’. Tindak tutur representatif menunjukkan penutur yang menjelaskan kenyataan atau peristiwa yang ada di dunia, misalnya ‘menyatakan’ atau ‘melaporkan’.

<sup>18</sup> Tindak tutur direktif merupakan salah satu jenis dari tindak tutur ilokusi. Menurut Searle dalam (Rahardi, 2018),<sup>3</sup> direktif merupakan suatu bentuk aturan yang digunakan penutur untuk membuat pengaruh bagi sang mitra tutur untuk melakukan suatu tindakan. Tindak tutur direktif yang dimaksudkan yaitu dalam tuturan yang berisi tindakan untuk melakukan aktivitas seperti memesan, memerintah, memohon, menasehati, dan merekomendasikan.

Pendapat ahli lain juga menyatakan bahwa bahasa dapat di definisikan dari sudut pandang lawan bicara atau pendengar sebagai fungsi direktif, yaitu bahasa dapat digunakan oleh penutur untuk memberikan instruksi dalam melakukan sesuatu terhadap mitra tutur (Yule, 2006). Hal tersebut menunjukkan bahwa bahasa dapat digunakan untuk memerintah orang lain sesuai yang dikehendaki penutur. Hal tersebut juga didukung oleh Prayitno (2011) yang secara lebih detail<sup>17</sup> membagi tindak tutur direktif menjadi lima kategori, berupa permintaan, larangan, nasihat, kritikan, dan perintah.

Berdasarkan literasi dan pendapat sebelumnya,<sup>11</sup> dapat disimpulkan bahwa tindak tutur direktif merupakan tindak tutur yang dapat memengaruhi mitra tutur

sesuai dengan maksud (keinginan dan harapan) penutur. Oleh karena itu, suatu ujaran atau sikap yang disampaikan dapat dijadikan alasan untuk bertindak oleh penutur. Hal tersebut juga kemungkinan dapat ditemukan pada interaksi antara penjual dan pembeli di media sosial atau media belanja daring, karena penjual berusaha menyampaikan harapannya kepada pembeli agar tertarik dengan barang yang sedang dipromosikan.

## 2 1. Bentuk Tindak Tutur Direktif

Adapun bentuk tindak tutur menurut Austin dalam Ibrahim (1993) terdiri dari:

### a. Tindak tutur direktif meminta

Tindak tutur direktif meminta bertujuan untuk mengekspresikan maksud penutur agar mitra tutur melakukan sesuatu. Disamping itu, meminta mengekspresikan keinginan penutur sehingga dijadikan sebagai alasan maupun sebagian alasan oleh mitra tutur untuk bertindak sesuai dengan yang diekspresikan penutur.

Contoh: Meli tolong ambilkan buku itu.

### b. Tindak tutur direktif bertanya

Tindak tutur direktif bertanya adalah bentuk permohonan penutur dalam kasus yang khusus, kasus khusus yang memiliki maksud bahwa apa yang dimohon adalah mitra tutur memberikan informasi tertentu kepada penutur.

Contoh: Bisakah kamu memesankan kopi untukku?



c. <sup>39</sup> Tindak tutur direktif memerintah

Tindak tutur direktif memerintah, seperti menyuruh dan mendikte tidak berbeda dengan memohon. Dalam memerintah (menyuruh dan mendikte), ekspresi yang disampaikan oleh penutur memiliki maksud agar mitra tutur menyikapi keinginan yang diekspresikan oleh penutur. Hal ini berbeda dengan memerintah (memohon) yang memiliki maksud bahwa ekspresi yang disampaikan penutur merupakan alasan mitra tutur untuk bertindak. Oleh karena itu, memerintah tidak selalu melibatkan ekspresi penutur yang digunakan mitra tutur untuk melakukan tindakan.

<sup>137</sup> Contoh: Buanglah sampah pada tempatnya!

d. Tindak tutur direktif melarang

<sup>6</sup> Tindak tutur direktif melarang, seperti melarang (*forbidding*) atau membatasi (*proscribing*), pada dasarnya memiliki maksud memerintah atau menyuruh. Artinya, dalam tuturan melarang sebenarnya mitra tutur diperintahkan untuk melakukan sesuatu sesuai kehendak penutur.

Contoh: Jangan datang terlambat!

e. Tindak tutur direktif mengizinkan

<sup>38</sup> Pemberian izin merupakan tindak tutur direktif yang mengekspresikan maksud dan kepercayaan penutur. Dengan adanya kepercayaan tersebut, akan dijadikan alasan yang cukup untuk memercayai tuturan penutur sehingga mitra tutur diberikan izin untuk

merasa bebas melakukan sebuah tindakan.

Contoh: Sepertinya kamu cocok jika memakai rok panjang.

f. <sup>32</sup> Tindak tutur direktif menyarankan

Tindak tutur direktif menyarankan merupakan tindak tutur yang digunakan untuk meyakinkan kepada mitra tutur bahwa tuturan yang disampaikan penutur adalah hal baik. Tindak tutur direktif menyarankan juga digunakan untuk memberi kepercayaan <sup>43</sup> kepada mitra tutur bahwa hal tersebut merupakan kepentingan mitra tutur, bukan keinginan penutur.

Contoh: Jika masih tidak enak badan seharusnya kamu istirahat saja

<sup>2</sup> **2. Strategi Tindak Tutur Direktif**

a. Strategi Tindak Tutur Langsung

Menurut Wijana (1996), <sup>22</sup> berdasarkan modulusnya, kalimat dibedakan menjadi kalimat berita (deklaratif), kalimat tanya (interogatif), dan kalimat perintah (imperatif). Kalimat berita (deklaratif) adalah kalimat yang dipakai <sup>23</sup> untuk menyampaikan informasi, kalimat tanya digunakan untuk menanyakan sesuatu, dan kalimat perintah digunakan untuk menyatakan perintah; ajakan; permintaan; atau permohonan. Jika kalimat berita difungsikan untuk mengatakan sesuatu, kalimat tanya untuk bertanya, dan kalimat perintah untuk menyuruh; mengajak; memohon dan sebagainya maka akan terbentuklah tindak tutur langsung (*direct speech act*). Contoh:

- 1) Septi mempunyai dua gawai.
- 2) Siapa yang memakai topi hitam itu?
- 3) Pergi dari sini!

b. Strategi Tindak Tutur Tak Langsung.

Strategi tak langsung (*indirect speech act*) ialah tindak tutur yang digunakan untuk memerintah seseorang secara implisit. Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kalimat berita dan kalimat tanya sehingga tidak merasa bahwa orang tersebut sedang diperintah. Tuturan yang disampaikan secara tidak langsung harus segera dilakukan karena terdapat maksud yang terimplikasi. Contoh:

- 1) Dhika tadu datang mencarimu.
- 2) Kemana kamu hari ini?

c. Strategi Tindak Tutur Literal

Strategi tindak tutur literal (*literal speech act*) adalah tindak tutur yang memiliki maksud yang sama sesuai dengan susunan kata-katanya (Wijana, 1996). Oleh karena itu, bentuk tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk tindak tutur literal. Contoh:

- 1) Gaun itu bagus.
- 2) Laki-laki itu sangat tampan.

d. Strategi Tindak Tutur Tak Literal

Strategi tindak tutur tak literal (*non-literal speech act*) merupakan tindak tutur yang maksudnya tidak sama dengan atau berlawanan dengan kata-kata yang menyusunnya. Sebuah kalimat dapat dikatakan sebagai bentuk tindak tutur tak literal karena bentuk kebahasaan yang muncul dalam tuturan maknanya tidak sama dengan yang dimaksudkan oleh penuturnya (Wijana, 1996). Contoh:

- 1) Suaramu bagus, tapi tidak usah menyanyi.
- 2) Radionya kurang keras. Tolong keraskan lagi. Aku mau belajar.

### 3. Fungsi Tindak Tutur Direktif

Tuturan memiliki jenis dan fungsi yang beragam. Jika tuturan dianalisis secara pragmatis sangat banyak jenisnya. Salah satunya jenis tuturan direktif, yang dimaksudkan agar mitra tutur melakukan suatu tindakan yang diinginkan penutur. Selanjutnya, fungsi pragmatis dari tuturan direktif adalah fungsi yang dimaksudkan untuk berkomunikasi antar penutur. Sebagai contoh fungsi tindak tutur direktif yakni dimaksudkan agar saat berkomunikasi, mitra tutur bermaksud untuk melakukan apa yang dikehendaki oleh penutur sesuai dengan yang dituturkan (Yuliarti, Rustono, 2015).

Austin dalam (Ibrahim, 1993) menyebutkan tindak tutur direktif terdiri dari: (1) tindak tutur direktif meminta, (2) Tindak tutur direktif bertanya, (3) Tindak tutur direktif memerintah, (4) Tindak tutur direktif melarang, (5) Tindak tutur direktif mengizinkan, dan (6) Tindak tutur direktif menyarankan. Dari beberapa jenis yang telah disebutkan diatas, ternyata tindak tutur direktif memiliki beberapa fungsi. Adapun fungsi dari tindak tutur direktif yaitu sebagai

berikut.

a. Fungsi Meminta

Bentuk tindak tutur direktif permintaan menurut Prayitno (Prayitno, 2011:51) merupakan suatu tuturan yang difungsikan untuk memohon dan mengharapkan supaya mitra tutur diberikan sesuatu untuk menjadi sebuah kenyataan sebagaimana yang diminta oleh penutur.

Contoh: Tutup pintunya!

b. Fungsi Mengajak

Bentuk tindak tutur direktif mengajak menurut Prayitno (2011:51) berpendapat bahwa direktif ajakan memiliki tujuan untuk mengajak mitra tutur supaya melakukan sesuatu sebagaimana yang dinyatakan oleh penutur melalui tuturan bersama.

Contoh: Mari kita membersihkan kamar.

c. Fungsi Memaksa

Bentuk tindak tutur direktif memaksa hampir sama dengan tindak tutur meminta. Fungsi memaksa adalah untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud menyuruh atau meminta dengan paksa kepada mitra tutur, agar mitra tutur mau melakukan sebagaimana yang telah dituturkan oleh penutur.

Contoh: Hapus nomornya! Jika tidak dia akan tetap menghubungimu.

d. Fungsi Mendesak

<sup>79</sup> Bentuk tindak tutur mendesak merupakan tuturan yang digunakan untuk meminta. Penutur meminta sesuatu kepada petutur dengan paksa agar segera dilakukan. Maka dari itu tindak tutur tersebut memiliki fungsi mendesak.

Contoh: Kamu harus membayar hutang. Jika tidak akan aku mengambil jalur hukum.

e. Fungsi Menyarankan

Fungsi menyarankan <sup>41</sup> adalah tindak tutur yang digunakan untuk meyakinkan kepada mitra tutur bahwa tuturan yang disampaikan penutur adalah hal baik dengan maksud memberikan anjuran agar mitra tutur mempertimbangkan suatu tindakan yang dilakukan.

Contoh: Seharusnya kamu memakai jaket agar tidak kedinginan.

f. Fungsi Menyuruh

Prayitno (2011) menyampaikan <sup>10</sup> bahwa fungsi tindak tutur direktif menyuruh dituturkan untuk menyuruh petutur melakukan tindakan sesuai yang disampaikan penutur. Fungsi menyuruh bertujuan memberikan perintah kepada mitra tutur, agar mitra tutur mau melakukan sesuatu sebagaimana yang telah disuruhkan oleh penutur. Bentuk <sup>6</sup> tindak tutur ini sama dengan bentuk tindak tutur memerintah.

Contoh: Bukakan tutup botol ini!

g. <sup>56</sup> Fungsi Melarang

Fungsi melarang digunakan untuk mengekspresikan maksud penutur bahwa mitra tutur tidak diperbolehkan atau dilarang untuk melakukan sesuatu.

Contoh: Dilarang berjualan di sepanjang trotoar!

h. Fungsi Memerintah

<sup>2</sup> Bentuk tindak tutur direktif perintah menurut Prayitno (2011:51) mengemukakan bahwa direktif perintah adalah tuturan yang berfungsi untuk menyuruh mitra tutur melakukan tindakan. Pada jenis tindak tutur perintah terdapat fungsi memerintah, menyuruh, menginstruksikan, mengharuskan, menginstruksikan, memaksa, meminjam.

Contoh: Cepat pergi dari sini!

i. Fungsi Memohon

Dalam Ibrahim (1993), permohonan adalah permintaan atau <sup>116</sup> keinginan penutur sehingga mitra tutur menyikapi keinginan yang diekspresikan sebagai alasan untuk melakukan tindakan. <sup>69</sup> Tindak tutur dengan fungsi memohon adalah tindak tutur yang meminta dengan sopan agar petutur melakukan sesuatu yang diinginkan penutur.

Contoh: Mohon untuk tidak membuang sampah di sungai!

j. Fungsi Menantang

<sup>3</sup> Fungsi menantang adalah untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud mengajak dengan paksa kepada mitra tutur, agar mitra tutur melakukan sesuatu sebagaimana yang telah dituturkan penutur.

Contoh: Kamu mengajakku bertaruh denganmu? Siapa takut?

k. Fungsi Memberikan Aba-aba

<sup>53</sup> Tindak tutur memberikan aba-aba merupakan suatu perbuatan seseorang yang ditujukan kepada orang lain supaya melakukan apa yang dikehendakinya. Aba-aba bisa berbentuk suatu tanda atau perintah.

Contoh: Sepuluh detik lagi promo akan segera berakhir.

#### D. Media Sosial

Di era digital <sup>105</sup> saat ini, masyarakat tidak mungkin tidak tersentuh oleh <sup>105</sup> media. Seiring dengan perkembangan jaman, media hadir dengan beragam konten yang menjadi bagian hidup manusia. Pada awalnya media digunakan sebagai alat komunikasi satu arah karena penikmat media atau penonton hanya dapat menikmati konten yang disajikan, Namun pada saat ini, media dapat digunakan untuk berkomunikasi, berpartisipasi, dan berkolaborasi. Artinya, <sup>100</sup> penikmat media tidak lagi hanya bisa menikmati konten yang disediakan, tetapi juga dapat mengisi konten tersebut. Oleh karena itu, muncul istilah media <sup>103</sup> sosial.

Media sosial hadir dan merubah paradigma komunikasi di masyarakat saat ini. Adanya media sosial dapat memudahkan para penggunanya untuk saling berkomunikasi. Komunikasi dalam <sup>77</sup> media sosial tidak terbatas jarak, ruang dan waktu karena dapat dilakukan dimana saja, kapan saja tanpa harus bertatap muka



langsung. Maka dari itu, jarak tidak lagi menjadi halangan dalam berkomunikasi karena telah banyak memberi kemudahan kepada penggunanya.

<sup>20</sup> Keberadaan media sosial pada dasarnya adalah bentuk yang hampir sama dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, kerjasama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem seperti adanya sistem diantara individu atau masyarakat. Bentuk-bentuk itu merupakan lapisan pertama yang menjadi dasar terbentuknya lapisan lain. Pengenalan pada dasarnya merupakan dasar untuk berkomunikasi dan komunikasi merupakan dasar untuk bekerja sama (Fuchs dalam, (Nasrullah, 2020))

<sup>4</sup> Menurut Van Dijk dalam (Nasrullah, 2020) media sosial adalah platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai ikatan sosial. Sedangkan Shirky dalam (Nasrullah, 2020) berpendapat bahwa media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.

Adapun beberapa jenis media sosial yaitu *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Tiktok*. <sup>114</sup> *Facebook* adalah jejaring sosial media yang memungkinkan pengguna untuk saling terhubung dengan pengguna lainnya dari

seluruh dunia yang dapat menampilkan seluruh informasi pengguna. <sup>98</sup> *Whatsapp* merupakan sebuah aplikasi pesan yang memungkinkan untuk bertukar pesan tanpa pulsa karena menggunakan paket data. <sup>16</sup> *Instargam* adalah media sosial berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. <sup>8</sup> *Twitter* merupakan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya mengirim dan membaca pesan berbasis teks. Terakhir adalah *TikTok* yang <sup>68</sup> merupakan sebuah jaringan sosial dan platform yang berisikan video musik, yang saat ini, sedang digemari masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas sangat memungkinkan jika media sosial dipilih sebagai sarana dalam melakukan promosi. <sup>115</sup> Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan para konsumen. Apalagi <sup>2</sup> dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi yang semakin pesat masyarakat cenderung memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan sesuatu agar lebih cepat dan efisien karena tidak terhalang jarak, ruang, dan waktu. Oleh sebab itu, media sosial lebih diminati masyarakat.

#### E. *TikTok*

<sup>68</sup> Pada saat ini, aplikasi tiktok menjadi salah satu aplikasi yang populer di dunia, salah satunya Indonesia. <sup>73</sup> Pengguna aktif *Tiktok* di Indonesia mencapai 99,1 juta orang. Sebenarnya aplikasi *Tiktok* bukan aplikasi yang baru karena aplikasi ini banyak diunduh pada tahun 2019 hingga 1 miliar kali (Mikhael, 2019). Aplikasi TikTok sempat diblokir sementara karena diduga mengandung konten negatif, terutama untuk anak-anak. Setelah dua tahun diblokir, kini

TikTok menjadi media sosial populer yang digemari masyarakat.

<sup>47</sup> Aplikasi *TikTok* berasal dari Tiongkok yang diluncurkan pada awal September tahun 2016 oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming. Sebelum mendunia seperti sekarang, <sup>92</sup> aplikasi ini dulunya disebut dengan Douyin di negara asalnya. Dimana penggunaanya hanya dapat membagikan video dengan durasi 15 detik kepada pengguna lainnya. Namun, adanya perkembangan membuat pengguna dapat <sup>47</sup> membuat video dengan durasi lebih panjang, yakni 60 detik atau setara dengan satu menit.

*TikTok* merupakan sebuah jaringan <sup>89</sup> sosial dan *platform* berisikan video musik, dimana pengguna dapat membuat, mengedit, hingga berbagi klip video yang disertai musik dan filter. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat membagikan video ke seluruh dunia dengan mudah (Winarso, 2021). Dalam aplikasi ini terdapat beberapa fitur, yaitu fitur penambahan musik, <sup>50</sup> filter pada video, filter stiker dan efek video, filter *voice changer*, filter *beautify*, filter *auto captions*, fitur hapus komen dan blokir pengguna secara massal, dan fitur *live* (siaran langsung).

Adanya fitur siaran langsung dapat dimanfaatkan oleh pemengaruh sebagai sarana promosi. Dengan fitur tersebut, seorang pemengaruh dapat dengan bebas mempromosikan sebuah barang, baik kosmetik, fasion, makanan, dan lain sebagainya. Saat melakukan siaran langsung, seorang pemengaruh dapat menggunakan tuturan direktif untuk menarik konsumen. Konsumen juga dapat berkomentar dan bertanya mengenai barang yang sedang dipromosikan sehingga secara tidak sadar, konsumen akan melakukan sebuah tindakan yaitu membeli

barang yang telah dipromosikan tersebut.

**METODE PENELITIAN****A. Pendekatan dan Jenis Penelitian****1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pragmatik. Menurut Jumanto (2017), pragmatik adalah studi tentang penggunaan bahasa sesuai dengan konteks. Oleh karena itu pendekatan pragmatik sangat tepat jika digunakan untuk mengkaji tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*, khususnya pada saat melakukan siaran langsung. Selain itu, pendekatan pragmatik dapat digunakan untuk mengidentifikasi bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*.

**2. Jenis Penelitian**

Metode penelitian dibagi menjadi dua, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Menurut Sugiyono (2020), metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional karena digunakan dalam waktu yang cukup lama sebagai metode penelitian. Metode ini merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Sedangkan metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru karena tahun 1985-an metode ini baru ramai digunakan. Penelitian kualitatif berkenaan dengan data non-angka, mengumpulkan dan

menganalisis data yang bersifat naratif. Jenis penelitian ini digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang suatu isu atau masalah yang akan dipecahkan (Dukeshire dan Thurlow dalam (Sugiyono, 2020)).

<sup>59</sup> Penelitian bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok* termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif. Hal tersebut didukung oleh data berupa tuturan yang bersifat direktif. Penjabarannya dengan <sup>1</sup> mendeskripsikan bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif yang digunakan pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*.

## B. Kehadiran Peneliti

<sup>117</sup> Dalam penelitian kualitatif, alat atau instrumen utama pengumpulan data yaitu <sup>14</sup> peneliti itu sendiri. Dengan demikian, peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap dan mampu melakukan penelitian untuk terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya (Sugiyono, 2020)

Peneliti haruslah mendapat data yang valid sehingga harus bersungguh-sungguh saat menyimak tuturan/ujaran. <sup>94</sup> Oleh karena itu, kondisi informan pun (objek) harus sesuai dengan kebutuhan data agar dapat diakui kebenarannya. Selain instrumen utama, sumber informasi didapatkan dari

instrumen pendukung. Adapun instrumen pendukung penelitian ini yaitu: 1) gawai untuk melakukan rekaman layar saat informan (pemengaruh) sedang melakukan siaran langsung, 2) tabulasi data.

### C. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian adalah serangkaian aktivitas dalam mempermudah proses penelitian. Moleong (2012) memaparkan tahapan penelitian diklasifikasikan menjadi tiga kategori, (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap pelaporan. Dari pendapat diatas, adapun tahapan-tahapan atau langkah-langkah penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut.

#### 1. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan merupakan tahap untuk mempersiapkan segala sesuatu sebelum penelitian dilaksanakan. Dalam penelitian ini tahap persiapan yang dilakukan yaitu berupa:

- a. Menemukan masalah
- b. Menentukan objek penelitian
- c. Menentukan pertanyaan penelitian
- d. Mengumpulkan bahan pustaka
- e. Menentukan metode penelitian

## 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan penelitian dilakukan dengan urutan sebagai berikut:

- a. Mengakses *Tiktok* menggunakan akun secara daring
- b. Mengumpulkan data berupa tindak tutur direktif dalam promosi berupa rekaman layar
- c. Melakukan transkripsi data
- d. Mengklasifikasikan data
- e. Menyajikan data dalam tabel data
- f. Menarik kesimpulan dari data yang telah ditemukan.

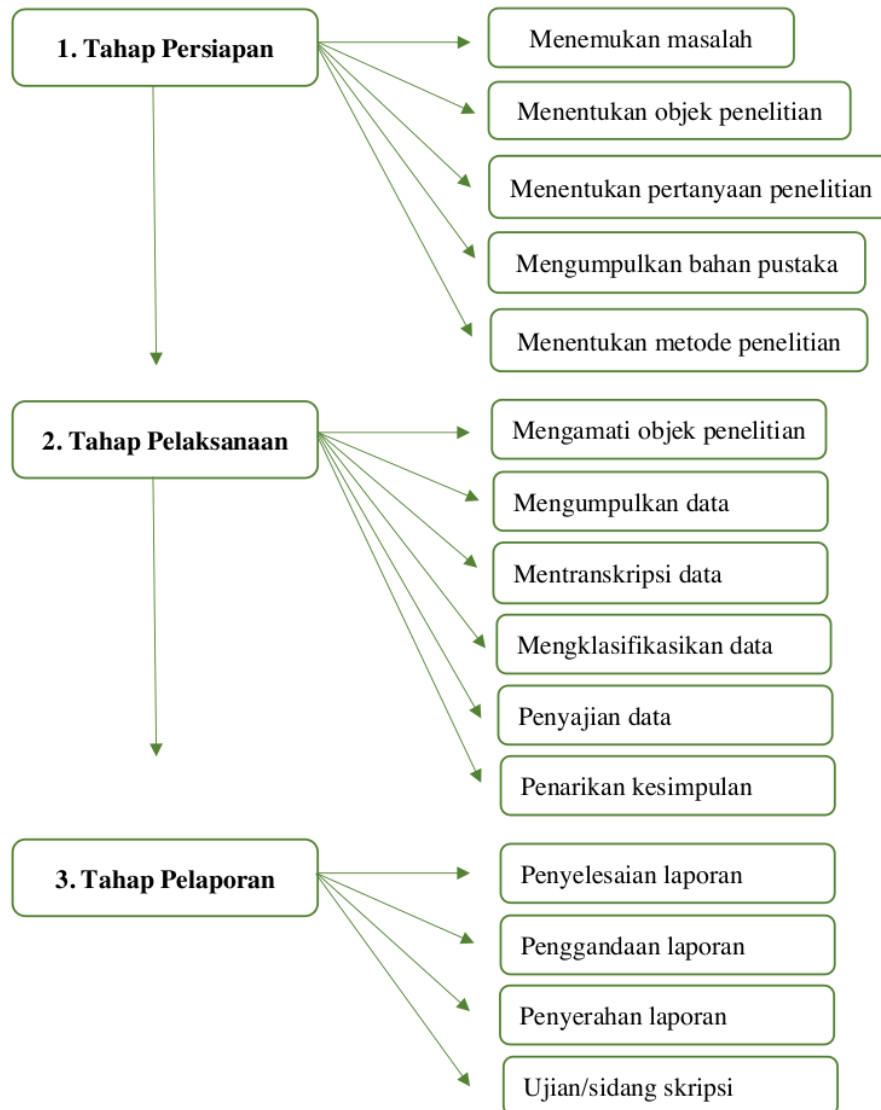
## 3. Tahap Pelaporan

Setelah melakukan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan tahap penyusunan laporan penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Penyelesaian laporan
- b. Penggandaan laporan
- c. Penyerahan laporan penelitian
- d. Ujian atau sidang skripsi



Tabel 3.1 Tahapan Penelitian



## 28 D. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Seperti terlihat pada judul, “Bentuk, Strategi, dan Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial *Tiktok*”, bahwa penelitian ini bersifat fleksibel karena peneliti mengobservasi media sosial melalui gawai pada aplikasi *Tiktok*.

### 130 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan kurang lebih lima bulan, September 2023-Januari 2024. Untuk mengetahui secara lengkap rincian kegiatan dan waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.2 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Jun 2024
1.	Perumusan Judul					
2.	Studi Pustaka					
3.	Perumusan Masalah					
4.	Pengumpulan Data					
5.	Transkripsi data					
6.	Klasifikasi Data					
7.	Penyajian Data					
8.	Penarikan kesimpulan					
9.	Penyelesaian Penelitian					

## <sup>16</sup> E. Data dan Sumber Data Penelitian

### 1. Data Penelitian

Pada penelitian ini, data penelitian berupa tuturan direktif. Tuturan direktif yang dimaksud terdapat tindak tutur direktif meminta, tindak tutur direktif bertanya, tindak tutur direktif memerintah, tindak tutur direktif melarang, tindak tutur direktif mengizinkan, dan tindak tutur direktif menyarankan ketika melakukan promosi di media sosial *TikTok* dalam bentuk video siaran langsung.

### <sup>124</sup> 2. Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan subjek data itu didapatkan. Kejelasan sumber data penting dipahami karena menjadi pertimbangan dalam penentuan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian harus jelas dan valid. Pada penelitian ini, sumber data penelitian yang digunakan adalah media sosial *TikTok*.

## F. Prosedur Pengumpulan Data

<sup>81</sup> Teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian ini adalah metode simak dengan teknik simak dan catat (Mahsun, 2019). Teknik simak dengan melakukan pengamatan terhadap tindak tutur direktif yang digunakan pemengaruh dalam promosi pada siaran langsung di *TikTok*, kemudian mencatat hasil pengamatan dalam siaran langsung tersebut.

<sup>1</sup> Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara:

1. Menyimak dan merekam layar saat pemengaruh melakukan siaran langsung.

2. Menranskripsikan tuturan pemengaruh.
3. Menyeleksi sesuai data yang dibutuhkan.
4. <sup>31</sup> Mengklasifikasikan data berdasarkan bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif.
5. <sup>110</sup> Tabulasi data, yaitu kegiatan menempatkan data dalam suatu tabel sesuai dengan kebutuhan analisis

Tabel 3.3 Tabulasi Data

	Rumusan Masalah		Jumlah Data	
	<sup>1</sup> Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial <i>TikTok</i>	Bentuk	Meminta	
Bertanya				
Memerintah				
Melarang				
Mengizinkan				
Menyarankan				
<b>Total Data</b>				
Strategi		Langsung		
		Tak Langsung		
		Literal		
		Tak Literal		
<b>Total Data</b>				
Fungsi		Meminta		
		Mengajak		
		Memaksa		
		Mendesak		
	Menyarankan			
	Menyuruh			
	Melarang			
	Memerintah			
	Memohon			
	Menantang			
	Memberikan aba-aba			
<b>Total Data</b>				
<b>JUMLAH KESELURUHAN DATA</b>				

## **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses menyusun secara urut data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari dan bersifat penting, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2020).

Langkah-langkah analisis data:

1. Pengorganisasian data, yaitu kegiatan memilah data mentah ke dalam beberapa kategori kemudian menyusunnya.
2. Pengkodean data, yaitu kegiatan memberi label pada data untuk mengidentifikasi, menandai, dan mengelompokkan data yang mirip dengan tujuan mengidentifikasi tema dan membuat data lebih mudah dikelola.
3. Analisis data, yaitu proses pengolahan data dengan tujuan untuk menafsirkan, mengidentifikasi, menguraikan, dan memverifikasi data.
4. Penarikan kesimpulan, yaitu proses untuk menemukan hasil akhir atau gagasan dari suatu data yang telah dianalisis.
5. Penyajian data, yaitu proses pembuatan laporan hasil penelitian yang sudah dilakukan agar memudahkan pemahaman pembaca.

## H. Pengecekan Keabsahan Temuan

<sup>40</sup> Dalam penelitian kualitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian-penelitian adalah valid, reliabel, dan objektif. Validitas merupakan tingkat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Terdapat beberapa cara yang digunakan dalam mengecek keabsahan temuan, salah satunya yaitu dengan cara <sup>14</sup> triangulasi.

Triangulasi adalah suatu pendekatan analisa data yang mengolah data dari berbagai sumber. Perlu ditanamkan bahwa <sup>58</sup> tidak semua fakta adalah data maka pengecekan beragam data dari beragam sumber akan mengurangi kesalahan sekaligus membuat kumpulan data tersebut menjadi data-data yang valid. <sup>26</sup> Menurut *Institute of Golbal Tech* yang tersedia secara online menjelaskan bahwa triangulasi mencari dengan cepat pengujian data yang sudah ada dalam memperkuat tafsir dan meningkatkan kebijakan serta program yang berbasis pada bukti yang telah tersedia. Triangulasi juga menyatukan <sup>26</sup> informasi dari penelitian kuantitatif dan kualitatif, menyertakan pencegahan dan kepedulian memprogram data, dan membuat penggunaan pertimbangan pakar (Bachri, 2010).

<sup>19</sup> Norman K. Denkin dalam (Susanto, dkk, 2023) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Norman berpendapat bahwa triangulasi meliputi empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode, (2) triangulasi antarpeleliti (jika penelitian dilakukan

dengan kelompok), (3) triangulasi sumber data, dan (4) triangulasi teori. Berikut penjelasannya.

1. Triangulasi metode, dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berdeda.
2. Triangulasi antar-peneliti, dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data.
3. Triangulasi sumber, dilakukan dengan cara melakukan mengecek data yang diperoleh selama perisetan melalui berbagai sumber atau informan, dapat meningkatkan kredibilitas data.
4. Triangulasi teori, menghasilkan akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau thesis statement. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa uji keabsahan penemuan pada penelitian ini menggunakan triangulasi teori. Triangulasi teori adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber lain untuk membandingkan data yang sudah diperoleh, (Moloeng, 2012). Selain itu, triangulasi teori dipilih karena dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

<sup>123</sup> Dalam bab ini diuraikan paparan hasil penelitian dan pembahasan. Penelitian yang berjudul “Bentuk, Strategi, dan Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial *TikTok*” dimaksudkan untuk mendeskripsikan: (a) <sup>3</sup> bentuk tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*, (b) strategi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*, dan (c) <sup>3</sup> fungsi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*.

#### A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Dari hasil yang telah dilakukan pada beberapa akun *TikTok* yang melakukan siaran langsung dalam promosinya ditemukan adanya bentuk, strategi, <sup>30</sup> dan fungsi tindak tutur direktif. Bentuk tindak tutur direktif terdiri dari: (1) meminta, (2) bertanya, (3) memerintah, (4) melarang, (5) mengizinkan, dan (6) menyarankan. <sup>85</sup> Strategi tindak tutur direktif terdiri dari: (1) langsung, (2) tak langsung, (3) literal, dan (4) tak literal. Sedangkan <sup>32</sup> fungsi tindak tutur direktif terdiri dari: (1) meminta, (2) mengajak, (3) memaksa, (4) mendesak, (5) menyarankan, (6) menyuruh, (7) melarang, (8) memerintah, (9) memohon, (10) menantang, (11) memberikan aba-aba. Berikut deskripsi hasil analisis data dalam bentuk tabulasi data.



Tabel 4.1 Tabulasi Data

	Rumusan Masalah		Jumlah Data
	1 Tindak Tuter Direktif dalam Promosi di Media Sosial <i>TikTok</i>	Bentuk	Meminta
Bertanya			13
Memerintah			11
Melarang			5
Mengizinkan			10
Menyarankan			15
<b>Total Data</b>			<b>61</b>
36 T	Strategi	Langsung	9
		Tak Langsung	14
		Literal	9
		Tak Literal	-
<b>Total Data</b>		<b>32</b>	
36 T	Fungsi	Meminta	7
		Mengajak	4
		Memaksa	1
		Mendesak	1
		Menyarankan	15
		Menyuruh	11
		Melarang	5
		Memerintah	11
		Memohon	-
		Menantang	-
		Memberikan aba-aba	-
		<b>Total Data</b>	
<b>JUMLAH KESELURUHAN DATA</b>			<b>148</b>

### 1. Bentuk Tindak Tuter Direktif dalam Promosi di Media Sosial *TikTok*

Tindak tutur direktif yang terdapat dalam promosi di media sosial memiliki beragam bentuk. Bentuk tindak tutur difektif ini dapat digunakan untuk menarik pembeli sehingga membeli barang yang sedang dipromosikan. Oleh karena itu, adanya beragam bentuk tindak tutur direktif ini bermaksud agar penjual mampu melakukan promosi secara maksimal.

Dalam promosi yang dilakukan di media sosial *TikTok* ternyata relatif

banyak menggunakan tindak tutur direktif. Berdasarkan data yang terkumpul, tindak tutur direktif yang digunakan pun beragam, yakni terdapat enam bentuk tindak tutur direktif. Seperti yang terlihat pada tabel (4.2) berikut.

Tabel 4.2 Tabulasi Data Bentuk Tindak Tutur Direktif

No.	Bentuk Tindak Tutur Direktif	Jumlah Data
1.	Meminta	7
2.	Bertanya	13
3	Memerintah	11
4.	Melarang	5
5.	Mengizinkan	10
6.	Menyarankan	15
<b>Total Data</b>		<b>61</b>

#### a. Bentuk Tindak Tutur Direktif Meminta

Tindak tutur direktif meminta bertujuan untuk mengekspresikan maksud penutur agar mitra tutur melakukan sesuatu. Disamping itu, meminta mengekspresikan keinginan penutur sehingga dijadikan sebagai alasan maupun sebagian alasan oleh mitra tutur untuk bertindak sesuai dengan yang diekspresikan penutur. Berikut adalah data tindak tutur direktif meminta.

Data 001

“Duh duh duh duh warna lilac. Kakak kulit sawo matang ambil lilac cakep banget, asli.” (Btk/Mmt/01)

Data (001) termasuk dalam tindak tutur direktif meminta, terlihat dari frasa *kulit sawo matang ambil lilac cakep banget* pada data (001) yang digunakan untuk meminta pembeli memilih warna baju yang disarankan oleh penjual agar sesuai dengan warna kulitnya.

Data 002

“Ayo di CO dulu ya *sambil ditatap, dishare boleh.*” **(Btk/Mmt/02)**

Data 003

“Yang baru bergabung, yang baru join, *jangan lupa dibantu tap tap layar, follow follow dan juga share sharenya.*” **(Btk/Mmt/03)**

Data (002) dan (003) termasuk tuturan direktif meminta. Pada kedua data tersebut disampaikan permintaan penjual kepada pembeli. Hal itu dibuktikan dengan tuturan di atas yang memiliki maksud agar pembeli mengetuk layar dan membagikan siaran langsung itu kepada orang lain.

Data 004

“Vouchernya dipojok kiri atas. Vouchernya dipojok kiri atas jadi *gercep CO payment.*” **(Btk/Mmt/04)**

Data 005

“Sebelum promonya berakhir kakak bisa *langsung gercepin sayang.*” **(Btk/Mmt/05)**

Data 006

“Warna emerald sama sage yang mau *langsung CO.*” **(Btk/Mmt/06)**

Tuturan pada data data (004), (005), dan (006) merupakan bentuk tindak tutur direktif meminta. Ketiga data tersebut memiliki maksud yang sama yaitu meminta pembeli untuk segera mengambil barang dan melakukan pembayaran.

Data 007

“*Ganti akun dulu sayangku ya, sebelum flash sale aku mati.*” **(Btk/Mmt/07)**

Data (007) merupakan bentuk tindak tutur direktif meminta. Penjual meminta pembeli untuk mengganti akunnya terlebih dahulu agar dapat

mendapatkan *flash sale* sebelum *flash sale* itu berakhir.

**b. Bentuk Tindak Tutur Direktif Bertanya**

Tindak tutur direktif bertanya adalah bentuk permohonan penutur dalam kasus yang khusus, kasus khusus yang memiliki maksud bahwa apa yang dimohon adalah mitra tutur memberikan informasi tertentu kepada penutur. Data-data yang terdapat bentuk tindak tutur direktif bertanya sebagai berikut.

Data 008

“Sayang yang belum check out *nunggu apalagi?*” (Btk/Bty/01)

Data 009

“Jadi tunggu apalagi nih? Mumpung lagi ada promo, kalian bisa cek sendiri ya untuk si promonya itu adanya tuh pada saat kita live doang gitu.” (Btk/Bty/02)

Data (008) dan (009) terdapat kata tanya *apalagi* yang digunakan untuk menanyakan keinginan. Kata tanya tersebut ditujukan kepada pembeli untuk bertanya tentang alasannya tidak segera membeli barang yang sedang dipromosikan.

Data 010

“Ayang bestie mau kode *apalagi?*” (Btk/Btk/03)

Data 011

“Kakak mau di *spill apa?* Tinggal didrop aja di kolom komentarnya.” (Btk/Myk/04)

Data 012

“Masih ada ngga yang mau di *spill spill?* Boleh dibantu komen

yuk.” (Btk/Myk/05)

Data 013

“Yuuukkk kakak kakak yang lain *mau di etalase berapa lagi?*”  
(Btk/Myk/06)

Data (010), (011), (012) dan (013) termasuk dalam tindak tutur direktif bertanya. Maksud pertanyaan pada data tersebut yaitu untuk menanyakan permintaan kepada pembeli apakah ada barang yang ingin ditunjukkan atau ditampilkan.

Data 014

“Atau kakaknya mau tanya-tanya lagi seputar skincare pemakaiannya gimana? Boleh, gampang banget beb.” (Btk/Bty/07)

Kata *gimana* pada data (014) digunakan untuk mengajukan pertanyaan terkait bagaimana cara melakukan sesuatu. Sesuatu yang dimaksud yaitu tentang cara pemakaian perawatan kulit. Hal ini menandakan bahwa tuturan tersebut termasuk tindak tutur ilokusi, yakni tindak tutur direktif bertanya

Data 015

“Keranjangnya udah muncul ya?” (Btk/Bty/08)

Pada data (015) kalimat *keranjangnya udah muncul ya?* merupakan kalimat tanya penjual kepada pembeli untuk mengonfirmasi tentang apa yang ditanyakan oleh penutur.

Data 016

“Kalau misalkan kamu bajunya polosan pake dress polosan, kamu

tinggal dilepas aja talinya. *Soalnya apa? kita punya si ininya. Kita punya si kepangan kaya gini jadi bakal keliatan cantul banget.*”  
(Btk/Bty/09)

Data (016) digunakan untuk bertanya mengenai alasan mitra tutur melakukan permintaan penutur. Dalam konteks tersebut, penjual menyarankan jika menggunakan gaun yang polos akan lebih cantik jika tali pada tas tersebut dilepas.

Data 017

“*Leopard variasi apa kak? Boleh dikomen juga ya.*” (Btk/Bty/10)

Data (017) termasuk bentuk tindak tutur direktif bertanya. Hal itu ditunjukkan dengan adanya kata tanya *apa*. Melalui kata tanya tersebut, penjual menanyakan variasi barang yang diminta pembeli untuk ditunjukkan.

Data 018

“*Dwi Nur Aini mau minta ditambahkan ke etalase livenya apa ngga? Mau minta ditambahkan ke etalase livenya apa engga? Bisa komen aja soalnya belum masuk ke etalase live.*” (Btk/Bty/11)

Tuturan pada data (018) digunakan untuk menanyakan permintaan pembeli. Lebih jelasnya, penjual menanyakan apakah menghendaki barang yang ditawarkan dimasukkan pada etalase atau tidak.

Data 019

“*Kak Clarisa tadi ngga pake voucher kan? Pake vouvher apa engga*”

kak Clarisa? Ada voucher 15% nya lo tadi.” (Btk/Bty/12)

Data (019) terdapat kata tanya *apa*. Kata tanya yang digunakan penutur pada data (019) memiliki maksud untuk memastikan pembeli menggunakan kupon yang telah disediakan agar mendapat potongan harga.

Data 020

“*Choco bon-bon itu apa? Choco bonbon itu percampuran antara puff pastry, brownies, dan juga cookies.*” (Btk/Bty/13)

Data (020) merupakan bentuk tindak tutur direktif bertanya karena menggunakan kata tanya *apa*. Kata tersebut digunakan untuk bertanya kepada pembeli yang memiliki maksud untuk menjelaskan tentang kue yang sedang dipromosikan agar pembelu tertarik dan memutuskan untuk membeli kue tersebut.

119

### c. Bentuk Tindak Tutur Direktif Memerintah

Tindak tutur direktif memerintah, seperti menyuruh dan mendikte tidak berbeda dengan memohon. Dalam memerintah (menyuruh dan mendikte), ekspresi yang disampaikan oleh penutur memiliki maksud agar mitra tutur menyikapi keinginan yang diekspresikan oleh penutur. Hal ini berbeda dengan memerintah (memohon) yang memiliki maksud bahwa ekspresi yang disampaikan penutur merupakan alasan mitra tutur untuk bertindak. Oleh karena itu, memerintah tidak selalu melibatkan ekspresi penutur yang digunakan mitra tutur untuk melakukan tindakan. Berikut adalah data yang menunjukkan bentuk tindak tutur direktif requiremen dalam

promosi di media sosial *TikTok*.

Data 021

“Langsung di *gas CO payment sekarang juga*” **(Btk/Mmh/01)**

Data (021) <sup>135</sup> merupakan bentuk tindak tutur direktif memerintah. Tuturan tersebut berfungsi untuk memerintah seseorang. Hal itu ditunjukkan dengan tuturan “...*gas CO payment sekarang juga*” yang menandakan bahwa penjual memerintahkan pembeli untuk segera melakukan pembelian dan pembayaran saat itu juga.

Data 022

“*Silakan di check out di payment yang udah dapet harga murah*nya.” **(Btk/Mmh/02)**

Data 023

“*Buruan sayang. CO diluar live sale sesi aku harganya normal* ya.” **(Btk/Mmh/03)**

Data (022) dan (023) memiliki maksud yang sama. Kedua tuturan tersebut disampaikan sebagai bentuk perintah kepada pembeli untuk segera membeli pakaian yang sedang dipromosikan. Tuturan tersebut bersifat mendesak agar pembeli tertarik dengan diskon yang diberikan.

Data 024

“Udah mau habis *buruan dicheck-out dibayar* sebelum kehabisan.” **(Btk/Mmh/04)**

Pada data (024) di atas, menunjukkan adanya tindak tutur direktif



memerintah. Penjual menuntu pembeli agar segera melakukan pembelian dan pembayaran sebelum barang itu habis.

Data 025

“Kak Shan buat kuning langsung etalase satu, *ambil yang light to warm kalo kuning langsung kamu natural.*” (Btk/Mmh/05)

Data 026

“*Kalau kuning langsung kamu lebih cerah ambil yang netral.*” (Btk/Mmh/06)

Data (025) dan (026) memiliki maksud yang sama. Penjual menghendaki agar pembeli memilih warna bedak yang disarankan agar sesuai dengan warna kulit. Dengan begitu, pembeli akan mengikuti saran yang diberikan tersebut dan memutuskan untuk membelinya.

Data 027

“*yang mau collinsnya, angkut! mumpung ada diskon*” (Btk/Mmh/07)

Data (027) termasuk bentuk tindak tutur direktif memerintah. Ditunjukkan pada data di atas menggunakan kalimat perintah *yang mau collinsnya, angkut!* yang memiliki maksud untuk segera membeli coklat collins.

Data 028

“Ini warna hitamnya *kalau ga ambil sayang banget.*” (Btk/Mmh/08)

Pada data (028) terdapat perintah dalam tuturannya. Dalam konteks tersebut, penjual menyampaikan agar pembeli mengambil kemeja warna

hitam itu. Agar lebih tertatik, penjual menyakinkan dengan tuturan “*sayang banget*” untuk membuat pembeli percaya bahwa jika ia akan menyesal jika tidak membeli kemeja warna hitam itu.

Data 029

“*Jangan lupa di follow ya beb. Follow akun aku biar dapet notifikasi live dari aku. Dapet harga murah plus gratis ongkirnya.*”  
(Btk/Mmh/09)

Data (029) merupakan bentuk tindak tutur direktif memerintah. Bentuk perintah yang disampaikan yaitu untuk mengingatkan pembeli. Pembeli diingatkan untuk mengikuti akun toko tersebut agar tidak ketinggalan jika toko sedang melakukan siaran langsung sehingga mendapatkan harga murah serta gratis ongkos kirim.

Data 030

“*...betul, kamu check outnya 3 mangkanya sayang.*”  
(Btk/Mmh/10)

Data (030) menunjukkan adanya tindak tutur direktif memerintah. Penjual meminta pembeli untuk membeli baso aci tiga bungkus sekaligus agar lebih menguntungkan karena mendapatkan gratis ongkos kirim.

Data 031

“*Jadi tunggu apalagi nih. Mumpung lagi ada promo, kalian bisa cek sendiri ya untuk si promonya itu adanya tuh pada saat kita live doang gitu.*” (Btk/Mmh/11)

Data (031) menyampaikan perintah penjual kepada pembeli agar mengecek promo yang diberikan karena promo hanya berlaku saat toko tersebut melakukan siaran langsung. Jadi, penjual bermaksud agar tidak menunggu lama

dan segera cepat mengecek promo itu. Oleh karena itu, data (031) termasuk dalam bentuk tindak tutur direktif memerintah.

#### d. Bentuk Tindak Tutur Direktif Melarang

Tindak tutur direktif melarang, seperti melarang (forbidding) atau membatasi (proscribing), pada dasarnya memiliki maksud memerintah atau menyuruh. Artinya, dalam tuturan melarang sebenarnya mitra tutur diperintahkan untuk melakukan sesuatu sesuai kehendak penutur.

Data 032

“*Jangan dinanti-nanti atau ntar-ntar* sebelum harganya back to normal.” (Btk/Mlr/01)

Data (032) merupakan tindak tutur direktif melarang. Tuturan tersebut menunjukkan bahwa penutur melarang mitra tutur atau pendengar untuk segera melakukan sesuatu (tidak menunda-nunda). Pada konteks tersebut, penjual secara implisit memerintah untuk segera membeli barang, tidak perlu lama menunggu agar mendapatkan harga promo.

Data 033

“*Jangan lupa di follow ya beb*. Follow akun aku biar dapet notifikasi live dari aku. Dapet harga murah plus gratis ongkirnya.” (Btk/Mlr/02)

Pada data (033) menggunakan kata  *jangan*  sebagai tanda larangan kepada mitra tutur. Penjual mengingatkan agar tidak lupa mengikuti akun toko tersebut agar mengetahui jika suatu saat melakukan siaran langsung. Hal itu dilakukan untuk keuntungan pembeli agar mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang lebih murah dan mendapatkan gratis

ongkos kirim.

Data 034

“Aku cuman sampe jam 9 loh. *Jangan sia-siain waktu kanjeng lo.* Abis gitu bye-bye.” **(Btk/Mlr/03)**

Data (034) termasuk dalam bentuk tindak tutur direktif melarang.

<sup>2</sup> Hal itu ditunjukkan dengan kata *jangan* yang memiliki maksud larangan.

Pada siaran langsung itu, penjual memerintahkan untuk segera membeli kue yang sedang ada diskon. Jika menunggu nanti maka siaran langsung akan berakhir yang artinya pembeli menyalakan waktu untuk mendapat harga murah tersebut.

Data 035

“Jangankan besok deh, takutnya nanti jam 12 vouchernya abis ga bisa ditambah lagi. *Jangan kelamaan* buruan ambil buruan payment.” **(Btks/Mlr/04)**

Pada data (035) terdapat kata *jangan*. Kata tersebut memiliki maksud melarang. Dalam siaran langsung, pembeli memerintahkan untuk segera mengambi dan segera melakukan pembayaran. Alasan dilakukannya hal tersebut yaitu agar pembeli tidak kehabisan kupon diskon sehingga mendapatkan harga yang lebih murah.

Data 036

“Satu bungkusnya 5000 ya kak. *Jangan check out satu bungkus karena mahal di ongkir.* Check outnya tiga sampai di enam bungkus biar gratis ongkir ya kak ya.” **(Btk/Mlr/05)**

Tuturan pada data (036) di atas bersifat larangan. Larangan yang

disampaikan penjual yaitu untuk memerintah agar membeli lebih dari satu bungkus baso aci agar tidak merugikan pembeli karena mendapatkan ongkos kirim yang mahal untuk satu bungkus baso aci saja.

#### e. Bentuk <sup>35</sup> Tindak Tuter Direktif Mengizinkan

Tindak tutur direktif menyarankan merupakan tindak tutur yang digunakan untuk meyakinkan kepada mitra tutur bahwa tuturan yang disampaikan penutur adalah hal baik. Tindak tutur direktif menyarankan juga digunakan untuk memberi kepercayaan <sup>43</sup> kepada mitra tutur bahwa hal tersebut merupakan kepentingan mitra tutur, bukan keinginan penutur.

Data 037

“Kak, buat kerja, buat kuliah boleh. Apalagi buat hangout, buat nongki nih ya. *Buat nongki boleh kak ambil si Alice totebagnya sekarang juga bestie.*” (Btk/Mgz/01)

Data (037) merupakan bentuk tindak tutur direktif mengizinkan. Ditunjukkan dengan kata *boleh*. Kata *boleh* tersebut digunakan penjual untuk membolehkan pembeli untuk mengambil alicet totebag untuk dipakai saat nongkrong, untuk kuliah, atau untuk kerja.

Data 038

“*Cowo cewe boleh pake.*” (Btk/Mgz/02)

Data (038) merupakan bentuk pemberian izin kepada mitra tutur. Pada siaran langsung itu, penjual memperbolehkan sepatu yang

dipromosikan tersebut dipakai oleh pria dan wanita.

Data 039

“*Kak rosi, boleh di check out payment kak rosi yaa. Ada bonus tas sama kaos kaki ya kak ya.*” (Btk/Mgz/03)

Data (039) bermaksud mengizinkan yang didukung dengan adanya kata *boleh* pada tuturannya. Penjual memiliki maksud untuk membolehkan untuk melakukan pembelian dan pembayaran. Seperti yang telah disebutkan, jika melakukan pembelian dan pembayaran akan mendapatkan bonus tas dan kaos kaki.

Data 040

“Atau kakaknya mau tanya-tanya lagi seputar skincare pemakaiannya gimana? *Boleh, gampang banget beb.*” (Btk/Mgz/04)

Kata *boleh* pada data (040) digunakan sebagai bentuk mengizinkan. Pada konteks tersebut, penjual memberikan izin jika pembeli ingin bertanya seputar pemakaian perawatan kulit. Dengan begitu, penjual akan menjelaskan langkah-langkah penggunaan perawatan kulit.

Data 041

“Kalo kamu mau check out *boleh* ambil.” (Btk/Mgz/05)

Data (041) bermaksud memberikan izin yang disertai dengan kata *boleh*. Penjual membolehkan jika ingin membeli barang tersebut. Hal ini menandakan bahwa tuturan tersebut termasuk bentuk tindak tutur direktif mengizinkan.

Data 042

“Masih ada ngga yang mau di spill spill? *Boleh dibantu komen yuk.*”  
(Btk/Mgz/06)

Data 043

“*Mumpung motifnya masih ada komen ya.*” (Btk/Mgz/07)

Data 044

“Leopard variasi apa kak? *Boleh dikomen juga ya.*” (Btk/Mgz/08)

Ketiga data di atas semua bermaksud untuk mengizinkan <sup>17</sup> mitra tutur melakukan sesuatu sesuai kehendak penutur. Saat melakukan siaran langsung, penjual membolehkan pembeli untuk menuliskan barang yang ingin ditunjukkan atau ditampilkan pada kolom komentar. Hal ini membuktikan bahwa data (042), (043), dan (044) termasuk tindak tutur direktif mengizinkan.

Data 045

“*Spill roknya boleh.*” (Btk/Mgz/09)

Data 046

“*Spill emerald sama sage boleh.* Ini untuk dua warna perhijauan beb.” (Btk/Mgz/10)

Data (045) dan (046) merupakan bentuk tindak tutur direktif mengizinkan. Kata *boleh* <sup>83</sup> pada kedua data di atas digunakan sebagai bentuk pemberian izin. Penjual membolehkan pembeli untuk meminta ditampilkan atau ditunjukkan barang yang diinginkan.

#### f. Bentuk <sup>32</sup> Tindak Tutur Direktif Menyarankan

Tindak tutur direktif menyarankan merupakan tindak tutur yang digunakan untuk meyakinkan kepada mitra tutur bahwa tuturan yang disampaikan penutur adalah hal baik. Tindak tutur direktif menyarankan juga digunakan untuk memberi kepercayaan kepada mitra tutur bahwa hal tersebut merupakan kepentingan mitra tutur, bukan keinginan penutur.

Data 047

“Bbnya 57, etalasanya nomor 2, ambilnya ukuran jumbo ya.”  
(Btk/Myk/01)

Data 048

“Yang BBnya dari 60 sampai diBBnya 75 super jumbo beb.”  
(Btk/Myk/02)

Data 049

“BB 70 standar bisa. Selagi LD kakak 110 kebawah ambil standar ya. LD 110 keatas ambil jumbo.” (Btk/Myk/03)

Data (047), (048), dan (049) termasuk bentuk tindak tutur menyarankan. Saat pembeli menanyakan tentang ukuran yang cocok untuk badannya, penjual memberikan saran untuk mengambil ukuran yang sesuai.

Data 050

“Etalase nomer 3 gini. BB 47 kalian bisa ambil M.” (Btk/Myk/04)

Data 051

“Kakak BB 68 pake L ya say.” (Btk/Myk/05)

Data 052

“Kalo sayang ngga suka ngepres, boleh check out ukuran XL aja yah soalnya aku pake udah ngepres banget.” (Btk/Myk/06)

Sama seperti data sebelumnya, data (050), (051), dan (052) digunakan penjual untuk menyarankan ukuran yang sesuai dengan BB



pembeli. Agar pakaian yang dipilih tersebut tidak terlalu kecil atau tidak terlalu besar. Hal itu membuktikan bahwa kedua data tersebut termasuk tindak tutur direktif menyarankan.

Data 053

*“Kak, buat kerja, buat kuliah boleh. Apalagi buat hangout, buat nongki nih ya. Buat nongki boleh kak ambil si Alice totebagnya sekarang juga bestie.” (Btk/Myk/07)*

Data (053) merupakan tindak tutur direktif menyarankan. Pada konteks tersebut, penjual memberikan saran kepada pembeli jika alice totebag dapat dipakai untuk kemana saja. Totebag ini cocok jika dipakai untuk kerja, kuliah, dan nongkrong.

Data 054

*“Tali panjangnya bisa diadjust ya. Mau dipanjangin bisa, mau dipendekin juga bisa.” (Btk/Myk/08)*

Data (054) digunakan agar mitra tutur melakukan apa yang diinginkan penutur. Penjual menyampaikan kepada pembeli jika tali tas tersebut dapat dipanjangkan atau dipendekkan sesuai keinginan dan kebutuhan. <sup>70</sup> Hal ini menunjukkan bahwa tuturan tersebut merupakan bentuk **tindak tutur** direktif menyarankan.

Data 055

*“Tapi kalau udah terbiasa pake retinol boleh setiap hari di malam hari ya.” (Btk/Myk/09)*

Data (055) menunjukkan adanya tuturan direktif menyarankan. Penjual menyarankan untuk boleh memakai retinol setiap malam jika

memang sudah terbiasa memakai retinol. Jika tidak terbiasa akan menyebabkan iritasi pada kulit wajah.

Data 056

“Etalase nomer 25 *cocok banget nih buat kamu yang mau berhijaban ya.*” (Btk/Myk/10)

Data (056) merupakan tuturan yang digunakan untuk memerintah mitra tutur agar melakukan sesuatu yang dikehendaki penutur. Dalam konteks tersebut, penjual menyarankan jika pakaian yang ditunjukkan itu akan cocok digunakan saat memakai hijab.

Data 057

“Untuk lazema, *saran dari aku dinaikin satu nomer aja kak.* Kalo barbara ambil size normal.” (Btk/Myk/11)

Pada data (057) menunjukkan bahwa tuturan tersebut merupakan tindak tutur direktif menyarankan. Penjual menyarankan jika ingin membeli sepatu lazema, diminta untuk menaikkan satu nomor dari ukuran yang biasanya.

Data 058

“*Kalau misalkan kamu bajunya polosan pake dress polosan, kamu tinggal dilepas aja talinya.* Soalnya apa? kita punya si ininya. Kita punya si kepangan kaya gini jadi bakal keliatan cantul banget.” (Btk/Myk/12)

Data (058) di atas bermaksud untuk memberikan saran kepada mitra tutur. Penjual menyarankan untuk melepas tali tasnya jika memakai baju atau gaun tanpa motif (polos) karena tas tersebut memiliki tali kepang yang

akan mempercantik tampilannya.

Data 059

“Jadi even kita ngga pake kalung, kita polosan itu malah *bikin jauh lebih elegan disaat kita udah pake tas ini.*” (Btk/Myk/13)

Pada data (059) menunjukkan adanya tindak tutur direktif menyarankan. Hal itu diperkuat dengan tuturan *jauh lebih elegan disaat kita udah pake tas ini*. Penjual meminta pembeli untuk memakai tas yang dipromosikan tersebut meskipun sedang menggunakan baju polos dan tidak menggunakan aksesoris.

Data 060

“Untuk yang mau check-out etalase sembilan nih ya. Tas kode Covi *cocok banget yang nyari tas kondangan tapi sekaligus bisa dipake hangout.*” (Btk/Myk/14)

Data (060) digunakan penutur agar mitra tutur melakukan tindakan yang diinningkan penutur untuk kepentingan mitra tutur. Penjual menyampaikan untuk memilih tas kode Covi karena dapat dipakai untuk kondangan dan pergi nongkrong.

Data 061

“*Tapi kalo kakinya lebar kak ya, kaki kakak lebar size 40. Kakinya model lebar itu dia pas ga bakal kegedean. Tapi yang kalo kakinya model kuncup itu yang kecil, panjang, dia agak longgar.*” (Btk/Myk/15)

Data (061) termasuk bentuk tindak tutur direktif menyarankan. Pada siaran langsung tersebut, penjual menyarankan pembeli untuk mengambil sepatu ukurna 40 jika memiliki kaki yang lebar. Namun jika bentuk kakinya

kecil dan kuncup akan terlalu besar jika mengambil ukuran 40.

## 8 2. Strategi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial *TikTok*

1 Strategi tindak tutur direktif yang terdapat dalam promosi di media sosial memiliki beragam bentuk. Strategi yang menarik akan dapat menarik pembeli sehingga membeli barang yang sedang dipromosikan. Dengan demikian, penjual akan mampu melakukan promosi secara maksimal.

Dalam promosi yang dilakukan di media sosial *TikTok* ternyata menggunakan strategi tindak tutur direktif yang beragam. 31 Seperti yang terlihat pada tabel (4.3) berikut.

### 2 4.3 Tabulasi Data Strategi Tindak Tutur Direktif

No.	Strategi Tindak Tutur Direktif	Jumlah Data
1.	Langsung	9
2.	Tak Langsung	14
3	Literal	9
4.	Tak Literal	-
<b>Total Data</b>		<b>32</b>

#### a. Strategi Langsung

22 Menurut Wijana (1996), berdasarkan modulusnya, kalimat dibedakan menjadi kalimat berita (deklaratif), kalimat tanya (interogatif), dan kalimat perintah (imperatif). Kalimat berita (deklaratif) adalah kalimat yang dipakai untuk menyampaikan informasi, kalimat tanya digunakan untuk menanyakan sesuatu, dan kalimat perintah digunakan untuk menyatakan perintah; ajakan; permintaan; atau permohonan.

Data 062

“Bbnya 57, etalasenya nomor 2, *ambilnya ukuran jumbo ya!*”  
(**Stra/LG/01**)

Data (062) merupakan strategi tindak tutur langsung. Strategi ini digunakan untuk memerintah mitra tutur. Perintah disampaikan secara langsung atau dapat dikatakan eksplisit. Hal itu dibuktikan dengan tuturan *ambil ukuran jumbo ya!* yang memiliki maksud untuk menginstruksikan pembeli untuk mengam ukuran yang disarankan oleh penjual.

Data 063

“Langsung di *gas CO payment* sekarang juga” (**Stra/LG/02**)

Seperti data sebelumnya, data (063) merupakan strategi langsung. Pada konteks ini, penjual memberi perintah secara langsung agar melakukan pembelian dan pembayaran pada saat itu.

Data 064

“...atau kamu yang ngga hijab juga *enak banget nih buat ngantor.*”  
(**Stra/LG/03**)

Data (064) termasuk strategi tindak tutur langsung. Penjual menyampaikan secara eksplisit bahwa baju yang sedang dipromosikan itu nyaman, cocok, pas jika dipakai untuk ke kantor meskipun tidak menggunakan hijab.

Data 065

“Udah mau habis *buruan dicheck-out dibayar* sebelum kehabisan.”  
(**Stra/LG/04**)

Pada data (065) di atas menggunakan strategi langsung. Strategi ini digunakan untuk menyampaikan keinginan penutur secara eksplisit. Pada tuturan tersebut, penjual meminta pembeli untuk segera melakukan pembayaran sebelum barang habis terjual.

Data 066

*“Setiap malam setelah pake krim malam sayang. Ini langsung bagus banget.” (Stra/LG/05)*

Tuturan pada data (066) digunakan sebagai bentuk memerintah mitra tutur. Tuturan tersebut memiliki maksud untuk menyampaikan cara perawatan kulit yang benar kepada pembeli.

Data 067

*“Kak rosi, boleh di check out payment kak rosi yaa! Ada bonus tas sama kaos kaki ya kak ya.” (Stra/LG/06)*

Data (067) merupakan tuturan yang menggunakan strategi langsung untuk sebagai bentuk perintah. Penjual secara eksplisit meminta pembeli untuk membeli dan melakukan pembayaran agar mendapatkan bonus tas dan kaos kaki.

Data 068

*“walaupun warna putih dia keren.” (Stra/LG/07)*

Data (068) merupakan strategi langsung yang menggunakan kalimat berita. Hal itu ditunjukkan dengan tuturan *walaupun warna putih dia keren* yang memiliki maksud bahwa baju warna putih tersebut keren.

Data 069

*“Yuk kakak yang lainnya yang belum check out bisa langsung kakak*

*gercepin di check out mumpung kita lagi ada promo-promo cantik sayang” (Stra/LG/08)*

Data 070

*“silakan di check out di payment yang udah dapet harga murahya.” (Stra/LG/09)*

Data (069) dan (070) yaitu tuturan yang menggunakan strategi langsung. Strategi ini menggunakan kalimat perintah, yakni <sup>41</sup> *agar mitra tutur melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan penutur*. Hal ini dibuktikan dengan tuturan penjual yang digunakan untuk memerintah pembeli untuk membeli barang dagangannya.

#### b. Strategi Tak Langsung

<sup>6</sup> Strategi tak langsung (indirect speech act) ialah *tindak tutur yang digunakan untuk memerintah seseorang secara implisit*. Strategi ini dilakukan dengan menggunakan *kalimat berita dan kalimat tanya* sehingga tidak merasa bahwa orang tersebut sedang diperintah. <sup>72</sup> *Tuturan yang disampaikan secara tidak langsung harus segera dilakukan karena terdapat maksud yang terimplikasi*.

Data 071

*“...brown dia kombinasi gitu sama warna khaki. Ada juga warna item, dia full kombinasi juga ama warna khaki. Sama-sama cakep yaa, bahannya dari kulit sintetis premium.” (Stra/TLG/01)*

Data (071) adalah tuturan yang menggunakan strategi tak langsung. Penjual memberikan strategi tak langsung dengan teknik pemberian pilihan. Tuturan *“sama-sama cakep yaa, bahannya dari kulit sintetis premium.”* digunakan penjual untuk menyampaikan kepada pembeli agar tidak bingung

ingin membeli tas warna coklat atau hitam. Penjual juga secara implisit menarik pembeli untuk membeli tas tersebut dengan menyampaikan jika kualitas tas yang dipromosikan sangat bagus karena menggunakan bahan kulit sintesis premium.

Data 072

“Warna krem tentunya *tingkatan paling atas yang paling best seller* kakak.” (Stra/TLG/02)

Data 073

“Sama diwarna abunya kak karena diwarna abu itu kakak *banyak yang check out* buat acara formal, buat acara agak resmi pakenya warna ini.” (Stra/TLG/03)

Data 074

“Kak, warna putih udah habis tuh ya. Warna putih pada *banyak banget yang ngambil putih.*” (Stra/TLG/04)

Data (072), (073), dan (074) merupakan tuturan yang diungkapkan untuk menarik mitra tutur. Secara implisit, penjual menarik pembeli dengan cara memberitahukan bahwa produk tersebut paling banyak diminati pembeli. Jadi, secara tidak langsung penjual memerintah untuk membeli produk tersebut.

Data 075

“Kita tuh nyediain diwarna-warna yang soft, diwarna-warna yang eee kalem-kalem gitu tuh. Jadi cantik banget *misalkan mau dipake sering-sering tuh ngga ngebosenin ya.*” (Stra/TLG/05)

Data (074) menggunakan strategi tindak tutur direktif tak langsung. Secara implisit, penjual memperbolehkan atau bahkan memerintah pembeli



untuk membeli produk tersebut. Hal itu ditunjukkan dengan tuturan penjual yang menyampaikan bahwa produk tersebut jika dipakai sesering apapun tetap bagus.

Data 076

“Jadi tunggu apalagi nih. *Mumpung lagi ada promo*, kalian bisa cek sendiri ya untuk si promonya itu adanya tuh pada saat kita live doang gitu.” (Stra/TLG/06)

Data (075) menunjukkan jika penutur menggunakan strategi tak langsung. Penjual secara tidak langsung meminta pembeli untuk segera melakukan pembayaran karena pada saat siaran berlangsung, harga menjadi lebih murah karena adanya diskon.

Data 077

“Setiap malam setelah pake krim malam sayang. *Ini langsung bagus banget.*” (Stra/TLG/07)

Data (077) termasuk strategi tak langsung. Strategi ini digunakan penutur untuk memerintah <sup>30</sup> mitra tutur secara tidak langsung dengan menggunakan kalimat berita. Penjual secara implisit meminta untuk membeli produk kecantikan kulit tersebut dengan menyampaikan bahwa produk itu akan bagus di kulit jika dipakai setiap malam

Data 078

“Jadi even kita ngga pake kalung, *kita polosan itu malah bikin jauh lebih elegan disaat kita udah pake tas ini.*” (Stra/TLG/08)

Data (078) merupakan strategi tindak tutur tak langsung yang menggunakan kalimat berita. Penjual menyarankan jika menggunakan tas

tersebut akan membuat tampilan lebih elegan meskipun tidak memakai aksesoris seperti kalung.

Data 079

*“Harganya 339k aja sayangku. Udah free dushbag, udah free ongkir. Modelnya slingbag ini talinya kombinasi rantai sama tali PU leather kakak bisa adjust panjang pendeknya.” (Stra/TLG/09)*

Data (079) digunakan penutur agar mitra tutur melakukan sesuatu.

<sup>11</sup> Tutaran tersebut memiliki maksud untuk memerintah mitra tutur. Penjual menarik pembeli dengan memberikan harga murah yang ditunjukkan dengan tuturan *“harganya 339k aja sayangku”*. Kata *aja* memiliki arti bahwa harga barang pada siaran langsung itu lebih murah dari harga biasanya. Selain itu, pembeli juga mendapatkan berbagai bonus seperti *dushbag* dan gratis ongkos kirim.

Data 080

*“Kita lagi ada promo cantik lo sayang ya. Paketan series davienna skincare sayangku dari harga tiga ratus cuman menjadi dua ratus lima puluh sayang.” (Stra/TLG/10)*

Data (080) menggunakan strategi tak langsung dalam tuturannya.

Penjual mengajak pembeli untuk membeli paket perawatan kulit tersebut karena sedang promo. Hal itu akan sangat menarik pembeli untuk segera melakukan pembayaran.

Data 081

*“ada baso aci yang udah gratis basreng, gratis makaroni, dicek kak keranjang warna kuningnya.” (Stra/TLG/11)*

Data (081) menggunakan strategi tak langsung dalam tuturannya. Penjual secara implisit meminta untuk membeli baso aci itu karena jika membeli baso aci itu maka pembeli akan mendapat keuntungan berupa bonus basreng dan makaroni.

Data 082

“Bahan yang kita pake bahan crinkle, *crinklenya airflow premium.*”  
(Stra/TLG/12)

Data (082) termasuk dalam strategi tindak tutur direktif tak langsung. Penjual secara eksplisit mengajak untuk membeli pakaian yang sedang dipromosikan dengan memberitahukan bahwa bahan yang dipakai dalam pembuatan pakaian tersebut adalah *crinklenya airflow premium.* Artinya, tidak perlu diragukan lagi kualitasnya karena sudah pasti bagus.

Data 083

“*Ini udah mengandung sunscreen.* Kakak mau beraktivitas diluar ruangan aman, tidak takut belang-belang tidak takut gosong.”  
(Stra/TLG/13)

Data (083) digunakan penutur untuk memerintah mitra tutur secara eksplisit. Penjual menyampaikan jika losion tersebut aman dipakai untuk kegiatan di luar ruangan. Dalam losion tersebut terdapat tabir surya sehingga akan membantu memberikan perlindungan terhadap sinar UV.

Data 084

“Dia warnanya warna emerald tuh. *Warna emerald hijaunya hijau mewah.*” (Stra/TLG/14)

Data (084) adalah strategi tindak tutur direktif tak langsung. Tuturan

warna *emerald* hijaunya hijau mewah secara tidak langsung digunakan penjual untuk menarik pembeli agar membeli baju tersebut karena membuat penampilan lebih bagus.

### c. Strategi Literal

Strategi <sup>4</sup> tindak tutur literal (literal speech act) adalah tindak tutur yang memiliki maksud yang sama sesuai dengan susunan kata-katanya (Wijana, <sup>9</sup>1996). Oleh karena itu, bentuk tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk tindak tutur literal.

Data 085

“Warna krem tentunya tingkatan paling atas yang *paling best seller kakak*.” (Stra/LT/01)

Data (085) merupakan strategi literal atau memiliki maksud yang sama dengan yang dituturkannya. Tuturan *paling best seller kakak* memiliki maksud bahwa memang benar jika produk tersebut banyak dibeli.

Data 086

“Duh duh duh duh warna lilac. *Kakak kulit sawo matang ambil lilac cakep banget, asli*.” (Stra/LT/02)

Data (086) merupakan strategi tindak tutur literal. Hal itu dibuktikan dengan tuturan penjual yang merekomendasikan warna lilac kepada pembeli yang memiliki kulit sawo matang. Penjual meyakinkan jika warna lilac akan bagus jika dipakai pembeli yang memiliki kulit sawo

matang tersebut.

Data 087

*“walaupun warna putih dia keren.” (Stra/LT/03)*

Data (087) memiliki makna yang sama dengan apa yang dituturkannya. Penjual memberitahukan bahwa baju tersebut bagus dan keren jika dipakai meskipun berwarna putih. Dengan begitu, pembeli akan semakin yakin untuk mengambil baju tersebut.

Data 088

*“Etalase nomer 25 cocok banget nih buat kamu yang mau berhijaban ya.” (Stra/LT/04)*

Data (088) termasuk strategi tindak tutur direktif literal. Penjual menarik pembeli dengan tuturannya. Dalam tuturan di atas dikatakan jika baju yang sedang ditunjukkan itu akan cocok dipakai untuk orang yang ingin memakai hijab.

Data 089

*“Setiap malam setelah pake krim malam sayang. Ini langsung bagus banget.” (Stra/LT/05)*

Data 090

*“ambil bener ini bagus banget di kode oke26.” (Stra/LT/06)*

Data (089) dan (090) termasuk strategi tindak tutur literal yang digunakan penutur untuk memerintah mitratutur secara tidak langsung. Pada data (089), penjual memiliki maksud untuk menginformasikan bahwa perawatan kulit yang sedang ditunjukkan itu akan langsung bagus dalam

sekali pemakaian. Sedangkan pada data (090), penjual mengatakan jika tas bahu kode oke26 itu akan bagus jika dipakai.

Data 091

“Kita punya si kepangan kaya gini jadi *bakal keliatan cantul banget.*” (Stra/LT/07)

Data (091) memiliki maksud yang sama dengan yang dituturkannya. Penjual memerintah pembeli untuk memilih model tersebut karena memiliki kepangan. Kepangan pada tas itu jika dipakai akan terlihat sangat bagus.

Data 092

“Jadi even kita ngga pake kalung, kita polosan itu malah *bikin jauh lebih elegan* disaat kita udah pake tas ini.” (Stra/LT/08)

Data (092) merupakan strategi tindak tutur literal yang memiliki maksud yang sama dengan tuturannya. Penjual meyakinkan pembeli jika tas tersebut sangat bagus dan membuat penampilan terlihat lebih elegan. Hal itu dapat digunakan untuk menarik pembeli.

Data 093

“Sebentar ya, nih warna-warnanya cakep. Yang aku pake di warna blue denimnya ya.” (Stra/LT/09)

Pada data (093) di atas digunakan strategi tindak tutur literal. Tindak tutur ini dapat difungsikan untuk menarik pembeli. Dalam tuturan tersebut, terlihat jika penjual menunjukkan bahwa semua warna baju yang

dipromosikan itu bagus-bagus.

### 3. Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial *TikTok*

Tuturan memiliki jenis dan fungsi yang beragam. Fungsi pragmatis dari tuturan direktif adalah fungsi yang dimaksudkan untuk berkomunikasi antar penutur. Sebagai contoh fungsi tindak tutur direktif yakni dimaksudkan agar saat berkomunikasi, mitra tutur bermaksud untuk melakukan apa yang dikehendaki oleh penutur sesuai dengan yang dituturkan (Yuliarti, 2015).

Dalam melakukan promosi, penutur menggunakan tindak tutur direktif yang beragam, seperti tindak tutur direktif meminta, tindak tutur direktif bertanya, tindak tutur direktif memerintah, tindak tutur direktif melarang, tindak tutur direktif mengizinkan, dan tindak tutur direktif menyarankan. Dari keenam tindak tutur direktif tersebut memiliki beberapa fungsi seperti yang terlihat pada tabel 4.4 berikut.

#### 4.4 Tabulasi Data Fungsi Tindak Tutur Direktif

No.	Fungsi Tindak Tutur Direktif	Jumlah Data
1.	Meminta	7
2.	Mengajak	4
3.	Memaksa	1
4.	Mendesak	1
5.	Menyarankan	15
6.	Menyuruh	11
7.	Melarang	5
8.	Memerintah	11
9.	Memohon	-
10.	Menantang	-
11.	Memberikan aba-aba	-
<b>Total Data</b>		<b>55</b>

### a. Fungsi Meminta

<sup>2</sup> Bentuk tindak tutur direktif permintaan menurut Prayitno (2010:51) menyatakan bahwa direktif permintaan adalah suatu tuturan yang bertujuan untuk memohon dan mengharapkan kepada mitra tutur supaya diberi sesuatu untuk menjadi sebuah kenyataan sebagaimana yang diminta oleh penutur. Sedangkan <sup>5</sup> tindak tutur direktif permintaan menurut Muslim (2019:302) adalah ekspresi dari apa yang diinginkan penutur untuk dilakukan atau tidak dilakukan oleh petutur. Tindak tutur direktif permintaan adalah tuturan yang disampaikan oleh penutur untuk meminta mitra tutur agar mau melakukan sesuatu.

Data 094

“Duh duh duh duh warna lilac. *Kakak kulit sawo matang ambil lilac cakep banget, asli.*” (Fgs/Mmt/01)

Data (094) <sup>17</sup> termasuk dalam tindak tutur direktif yang berfungsi meminta, terlihat dari tuturan *kulit sawo matang ambil lilac cakep banget* pada data (094) yang digunakan untuk meminta pembeli memilih warna baju yang disarankan oleh penjual agar sesuai dengan warna kulitnya.

Data 095

“Ayo di CO dulu ya *sambil ditaptap, dishare boleh.*” (Fgs/Mmt/02)

Data 096

“Yang baru bergabung, yang baru join, *jangan lupa dibantu tap tap layar, follow follow dan juga share sharenya.*” (Fgs/Mmt/03)

Data (095) dan (096) termasuk tuturan direktif yang memiliki fungsi



meminta. Pada kedua data tersebut disampaikan permintaan penjual kepada pembeli. Hal itu dibuktikan dengan tuturan di atas yang memiliki maksud agar pembeli mengetuk layar dan membagikan siaran langsung itu kepada orang lain.

Data 097

“Vouchernya dipojok kiri atas. Vouchernya dipojok kiri atas jadi *gercep CO payment*.” (Fgs/Mmt/04)

Data 098

“Sebelum promonya berakhir kakak bisa *langsung gercepin sayang*.” (Fgs/Mmt/05)

Data 099

“Warna emerald sama sage yang mau *langsung CO*.” (Fgs/Mmt/06)

Tuturan pada data data (097), (098), dan (099) merupakan bentuk tindak tutur direktif yang berfungsi meminta. Ketiga data tersebut memiliki maksud yang sama yaitu meminta pembeli untuk segera mengambil barang dan melakukan pembayaran.

Data 100

“*Ganti akun dulu sayangku ya*, sebelum flash sale aku mati.” (Fgs/Mmt/07)

Data (007) merupakan bentuk tindak tutur direktif yang memiliki fungsi meminta. Penjual meminta pembeli untuk mengganti akunnya terlebih dahulu agar dapat mendapatkan *flash sale* sebelum *flash sale* itu berakhir.

#### b. Fungsi Mengajak

Bentuk tindak tutur direktif mengajak menurut Prayitno (2010:51)

menyatakan bahwa direktif ajakan mengandung maksud bahwa penutur mengajak mitra tutur supaya melakukan sesuatu sebagaimana yang dinyatakan oleh penutur melalui tuturan bersama.

Data 101

“Ayo di CO dulu ya sambil ditatap, dishare boleh.” (Fgs/Mgj/01)

Data (101) menunjukkan adanya fungsi mengajak pada tuturannya. Kata *ayo* digunakan sebagai bentuk ajakan kepada pembeli untuk mengetuk layar dan membagikan siaran langsung itu kepada yang lainnya.

Data 102

“Yuuukkk kakak kakak yang lain mau di etalase berapa lagi?” (Fgs/Mgj/02)

Data (102) termasuk tindak tutur direktif mengajak. Hal itu dibuktikan dengan kata *yuuukk* pada tuturannya yang bermaksud untuk menyuruh pembeli meminta untuk ditunjukkan barang yang mana lagi.

Data 103

“Yuk kakak yang lainnya yang belum check out bisa langsung kakak gercepin di check out mumpung kita lagi ada promo-promo cantik sayang” (Fgs/Mgj/03)

Pada data (103) terdapat kata *yuk* yang memiliki fungsi mengajak. Dalam siaran langsung itu, penjual meminta para penonton (atau yang belum membeli) untuk segera membeli barang tersebut agar mendapatkan harga yang lebih murah.

Data 104

“Sayang yang belum check out nunggu apalagi? Ayo digercepin.” (Fgs/Mgj/04)

Data (104) terdapat kata *ayo* yang memiliki fungsi mengajak. Penjual memerintah pembeli untuk tidak menunggu lama dan segera membeli barang tersebut.

### c. Fungsi Memaksa

Bentuk **tindak tutur direktif** memaksa hampir sama **dengan** tindak tutur meminta. **Fungsi memaksa adalah untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud menyuruh atau meminta dengan paksa kepada mitra tutur, agar mitra tutur mau melakukan sebagaimana yang telah dituturkan oleh penutur.**

Data 105

“Langsung di gas CO payment *sekarang juga*” (Fgs/Mks/01)

Data (105) terdapat kata *ayo*. Kata *ayo* secara eksplisit digunakan untuk memerintah mitra tutur. Dalam konteks tersebut, penjual memaksa agar pembeli segera melakukan pembayaran.

### d. Fungsi Mendesak

Bentuk **tindak tutur mendesak** merupakan **tuturan yang digunakan** untuk meminta. **Penutur meminta sesuatu kepada** petutur dengan paksa agar segera dilakukan. Maka dari itu tindak tutur tersebut memiliki fungsi mendesak.

Data 106

“Langsung di gas CO payment *sekarang juga*” (Fgs/Mks/01)

Data (106) terdapat kata *ayo*. Kata *ayo* secara eksplisit digunakan

untuk mendesak mitra tutur. Dalam konteks tersebut, penjual memaksa agar pembeli segera melakukan pembayaran.

**11**  
**e. Fungsi Menyarankan**

Fungsi menyarankan adalah untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud memberikan saran atau anjuran kepada mitra tutur, agar mitra tutur mempertimbangkan sesuatu yang akan dilakukan.

Data 107

“Bbnya 57, etalasnya nomor 2, *ambilnya ukuran jumbo ya.*”  
**(Fgs/Myk/01)**

Data 108

“*Yang BBnya dari 60 sampai diBBnya 75 super jumbo beb.*”  
**(Fgs/Myk/02)**

Data 109

“BB 70 standar bisa. Selagi LD kakak 110 kebawah ambil standar ya. *LD 110 keatas ambil jumbo.*” **(Fgs/Myk/03)**

Data (107), (108), dan (109) termasuk bentuk tindak tutur yang memiliki fungsi menyarankan. Saat pembeli menanyakan tentang ukuran yang cocok untuk badannya, penjual memberikan saran untuk mengambil ukuran yang sesuai.

Data 110

“Etalase nomer 3 gini. *BB 47 kalian bisa ambil M.*” **(Fgs/Myk/04)**

Data 111

“Kakak BB 68 pake L ya say.” (Fgs/Myk/05)

Data 112

“Kalo sayang ngga suka ngepres, boleh check out ukuran XL aja yah soalnya aku pake udah ngepres banget.” (Fgs/Myk/06)

Sama seperti data sebelumnya, data (110), (111), dan (112) digunakan penjual untuk menyarankan ukuran yang sesuai dengan BB pembeli. Agar pakaian yang dipilih tersebut tidak terlalu kecil atau tidak terlalu besar. <sup>9</sup> Hal itu membuktikan bahwa kedua data tersebut termasuk tindak tutur direktif yang berfungsi menyarankan.

Data 113

“Kak, buat kerja, buat kuliah boleh. Apalagi buat hangout, buat nongki nih ya. Buat nongki boleh kak ambil si Alice totebagnya sekarang juga bestie.” (Fgs/Myk/07)

Data (113) merupakan tuturan yang memiliki fungsi menyarankan. Pada konteks tersebut, penjual memberikan saran kepada pembeli jika alice totebag dapat dipakai untuk kemana saja. Totebag ini cocok jika dipakai untuk kerja, kuliah, dan nongkrong.

Data 114

“Tali panjangnya bisa diadjust ya. Mau dipanjangin bisa, mau dipendekin juga bisa.” (Fgs/Myk/08)

Data (114) digunakan agar mitra tutur melakukan apa yang diinginkan penutur. Penjual menyampaikan kepada pembeli jika tali tas tersebut dapat dipanjangkan atau dipendekkan sesuai keinginan dan kebutuhan. <sup>70</sup> Hal ini menunjukkan bahwa tuturan diatas merupakan bentuk

tindak tutur direktif menyarankan.

Data 115

“Tapi kalau udah terbiasa pake retinol *boleh setiap hari di malam hari ya.*” (Fgs/Myk/09)

Data (115) menunjukkan adanya tuturan direktif fungsi menyarankan. Penjual menyarankan untuk boleh memakai retinol setiap malam jika memang sudah terbiasa memakai retinol. Jika tidak terbiasa akan menyebabkan iritasi pada kulit wajah.

Data 116

“Etalase nomer 25 *cocok banget nih buat kamu yang mau berhijaban ya.*” (Fgs/Myk/10)

Data (116) merupakan tuturan yang digunakan untuk memerintah mitra tutur agar melakukan sesuatu yang dikehendaki penutur. Dalam konteks tersebut, penjual menyarankan jika pakaian yang ditunjukkan itu akan cocok digunakan saat memakai hijab. Hal itu menunjukkan bahwa data tersebut memiliki fungsi menyarankan.

Data 117

“Untuk lazema, *saran dari aku dinaikin satu nomer aja kak.* Kalo barbara ambil size normal.” (Fgs/Myk/11)

Pada data (117) menunjukkan bahwa tuturan tersebut merupakan tindak tutur direktif yang berfungsi menyarankan. Penjual menyarankan jika ingin membeli sepatu lazema, diminta untuk menaikkan satu nomor dari

ukuran yang biasanya.

Data 118

*“Kalau misalkan kamu bajunya polosan pake dress polosan, kamu tinggal dilepas aja talinya. Soalnya apa? kita punya si ininya. Kita punya si kepangan kaya gini jadi bakal keliatan cantul banget.”*  
(Fgs/Myk/12)

Data (118) di atas berfungsi menyarankan kepada mitra tutur. Penjual menyarankan untuk melepas tali tasnya jika memakai baju atau gaun tanpa motif (polos) karena tas tersebut memiliki tali keping yang akan mempercantik tampilannya.

Data 119

*“Jadi even kita ngga pake kalung, kita polosan itu malah bikin jauh lebih elegan disaat kita udah pake tas ini.”* (Fgs/Myk/13)

Pada data (119) menunjukkan adanya tindak tutur direktif berfungsi menyarankan. Hal itu diperkuat dengan tuturan *jauh lebih elegan disaat kita udah pake tas ini*. Penjual meminta pembeli untuk memakai tas yang dipromosikan tersebut meskipun sedang menggunakan baju polos dan tidak menggunakan aksesoris.

Data 120

*“Untuk yang mau check-out etalase sembilan nih ya. Tas kode Covi cocok banget yang nyari tas kondangan tapi sekaligus bisa dipake hangout.”* (Fgs/Myk/14)

Data (120) digunakan penutur agar mitra tutur melakukan tindakan yang diinningkan penutur untuk kepentingan mitra tutur. Penjual menyampaikan untuk memilih tas kode Covi karena dapat dipakai untuk

kondangan dan pergi nongkrong. Hal ini menunjukkan bahwa tuturan tersebut termasuk fungsi menyarankan.

Data 121

*“Tapi kalo kakinya lebar kak ya, kaki kakak lebar size 40. Kakinya model lebar itu dia pas ga bakal kegedean. Tapi yang kalo kakinya model kuncup itu yang kecil, panjang, dia agak longgar.”*  
(Fgs/Myk/15)

Data (121) termasuk fungsi tindak tutur direktif menyarankan. Pada siaran langsung tersebut, penjual menyarankan pembeli untuk mengambil sepatu ukurna 40 jika memiliki kaki yang lebar. Namun jika bentuk kakinya kecil dan kuncup akan terlalu besar jika mengambil ukuran 40.

#### f. Fungsi Menyuruh

Prayitno (2011) menyampaikan bahwa fungsi tindak tutur direktif menyuruh dituturkan untuk menyuruh petutur melakukan apa yang penutur ucapkan. Fungsi menyuruh mengandung maksud memberikan perintah kepada mitra tutur, agar mitra tutur mau melakukan sesuatu sebagaimana yang telah disuruhkan oleh penutur. Bentuk tindak tutur ini sama dengan bentuk tindak tutur memerintah.

Data 122

*“Langsung di gas CO payment sekarang juga”* (Fgs/Myr/01)

Data (122) merupakan fungsi tindak tutur direktif menyuruh. Tuturan tersebut berfungsi untuk memerintah seseorang. Hal itu ditunjukkan dengan tuturan *“...gas CO payment sekarang juga”* yang menandakan bahwa penjual memerintahkan pembeli untuk segera



melakukan pembelian dan pembayaran saat itu juga.

Data 123

*“Silakan di check out di payment yang udah dapet harga murah nya.” (Fgs/Myr/02)*

Data 124

*“Buruan sayang. CO diluar live sale sesi aku harganya normal ya.” (Fgs/Myr/03)*

Data (123) dan (124) memiliki maksud yang sama. Kedua tuturan tersebut disampaikan sebagai fungsi menyuruh kepada pembeli untuk segera membeli pakaian yang sedang dipromosikan. Tuturan tersebut bersifat mendesak agar pembeli tertarik dengan diskon yang diberikan.

Data 125

*“Udah mau habis buruan dicheck-out dibayar sebelum kehabisan.” (Fgs/Myr/04)*

Pada data (125) di atas, menunjukkan adanya fungsi tindak tutur ditekstif menyuruh. Penjual menuntu pembeli agar segera melakukan pembelian dan pembayaran sebelum barang itu habis.

Data 126

*“Kak Shan buat kuning langsung etalase satu, ambil yang light to warm kalo kuning langsung kamu natural.” (Fgs/Myr/05)*

Data 127

*“Kalau kuning langsung kamu lebih cerah ambil yang netral.” (Fgs/Myr/06)*

Data (126) dan (127) memiliki maksud yang sama yaitu berfungsi

untuk menyuruh. Penjual menghendaki agar pembeli memilih warna bedak yang disarankan agar sesuai dengan warna kulit. Dengan begitu, pembeli akan mengikuti saran yang diberikan tersebut dan memutuskan untuk membelinya.

Data 128

“*yang mau collinsnya, angkat! mumpung ada diskon*” (Fgs/Myr/07)

Data (128) termasuk fungsi <sup>111</sup> tindak tutur direktif memerintah. Ditunjukkan pada data di atas menggunakan kalimat perintah *yang mau collinsnya, angkat!* yang memiliki maksud untuk segera membeli coklat collins.

Data 129

“*Ini warna hitamnya kalau ga ambil sayang banget.*” (Fgs/Myr/08)

Pada data (129) terdapat fungsi menyuruh dalam tuturannya. Dalam konteks tersebut, penjual menyampaikan agar pembeli mengambil kemeja warna hitam itu. Agar lebih tertatik, penjual menyakinkan dengan tuturan “*sayang banget*” untuk membuat pembeli percaya bahwa jika ia akan menyesal jika tidak membeli kemeja warna hitam itu.

Data 130

“*Jangan lupa di follow ya beb. Follow akun aku biar dapet notifikasi live dari aku. Dapet harga murahnya plus gratis ongkirnya.*” (Fgs/Myr/09)

Data (130) merupakan fungsi tindak tutur direktif menyuruh. Bentuk

suruhan atau perintah yang disampaikan yaitu untuk mengingatkan pembeli. Pembeli diingatkan untuk mengikuti akun toko tersebut agar tidak ketinggalan jika toko sedang melakukan siaran langsung sehingga mendapatkan harga murah serta gratis ongkos kirim.

Data 131

“...betul, *kamu check outnya 3 mangkanya sayang.*” (Fgs/Myr/10)

Data (131) menunjukkan adanya fungsi tindak tutur direktif menyuruh. Penjual meminta pembeli untuk membeli baso aci tiga bungkus sekaligus agar lebih menguntungkan karena mendapatkan gratis ongkos kirim.

Data 132

“Jadi tunggu apalagi nih. Mumpung lagi ada promo, *kalian bisa cek sendiri ya untuk si promonya itu* adanya tuh pada saat kita live doang gitu.” (Fgs/Myr/11)

Data (132) menyampaikan perintah penjual kepada pembeli agar mengecek promo yang diberikan karena promo hanya berlaku saat toko tersebut melakukan siaran langsung. Jadi, penjual bermaksud agar tidak menunggu lama dan segera cepat mengecek promo itu. Oleh karena itu, data (142) termasuk dalam b tindak tutur direktif memerintah.

#### g. Fungsi Melarang

5 Fungsi melarang adalah untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud memerintah mitra tutur supaya tidak melakukan sesuatu atau tidak memperbolehkan berbuat sesuatu.

Data 133

“*Jangan dinanti-nanti atau ntar-ntar* sebelum harganya back to normal.” (Btk/Mlr/01)

Data (133) merupakan suatu bentuk perintah agar mitra tutur <sup>17</sup> melakukan apa yang diinginkan penutur. Tuturan di atas memiliki fungsi melarang. Pada konteks tersebut, penjual secara implisit memerintah untuk segera membeli barang, tidak perlu lama menunggu agar mendapatkan harga promo.

Data 134

“*Jangan lupa di follow ya beb*. Follow akun aku biar dapet notifikasi live dari aku. Dapet harga murah plus gratis ongkirnya.” (Btk/Mlr/02)

Pada data (134) di atas menggunakan kata  *jangan*  sebagai tanda larangan kepada mitra tutur. Penjual mengingatkan agar tidak lupa mengikuti akun toko tersebut agar mengetahui jika suatu saat melakukan siaran langsung. Hal itu dilakukan untuk keuntungan pembeli agar mendapatkan <sup>80</sup> barang yang diinginkannya dengan harga yang lebih murah dan mendapatkan gratis ongkos kirim.

Data 135

“Aku cuman sampe jam 9 loh. *Jangan sia-siain waktu kanjeng lo*. Abis gitu bye-bye.” (Btk/Mlr/03)

Data (135) termasuk dalam fungsi tindak tutur direktif melarang. <sup>2</sup> Hal itu ditunjukkan dengan kata  *jangan*  yang memiliki maksud larangan. Pada siaran langsung itu, penjual memerintahkan untuk segera membeli kue

yang sedang ada diskon. Jika menunggu nanti maka siaran langsung akan berakhir yang artinya pembeli menyia-nyiakan waktu untuk mendapat harga murah tersebut.

Data 136

“Jangankan besok deh, takutnya nanti jam 12 vouchernya abis ga bisa ditambah lagi. *Jangan kelamaan* buruan ambil buruan payment.” (Btks/Mlr/04)

Pada data (136) terdapat kata *jangankan*. Kata tersebut memiliki fungsi melarang. Dalam siaran langsung, pembeli memerintahkan untuk segera mengambi dan segera melakukan pembayaran. Alasan dilakukannya hal tersebut yaitu agar pembeli tidak kehabisan kupon diskon sehingga mendapatkan harga yang lebih murah.

Data 137

“Satu bungkusnya 5000 ya kak. *Jangan check out satu bungkus karena mahal di ongkir*. Check outnya tiga sampai di enam bungkus biar gratis ongkir ya kak ya.” (Btk/Mlr/05)

Tuturan pada data (137) di atas memiliki fungsi larangan. Larangan yang disampaikan penjual yaitu untuk memerintah agar membeli lebih dari satu bungkus baso aci agar tidak merugikan pembeli karena mendapatkan ongkos kirim yang mahal untuk satu bungkus baso aci saja.

#### **h. Fungsi Memerintah**

2

Bentuk tindak tutur direktif perintah menurut Prayitno (2010:51) menyatakan bahwa direktif perintah adalah perkataan yang bermaksud

menyuruh mitra tutur melakukan sesuatu. Pada jenis tindak tutur perintah terdapat fungsi memerintah, menyuruh, menginstruksikan, mengaharuskan, menginstruksikan, memaksa, meminjam.

Data 138

“Langsung di *gas CO payment sekarang juga*” (Fgs/Mmh/01)

Data (138) merupakan fungsi tindak tutur direktif memerintah. Tuturan tersebut berfungsi untuk memerintah seseorang. Hal itu ditunjukkan dengan tuturan “...*gas CO payment sekarang juga*” yang menandakan bahwa penjual memerintahkan pembeli untuk segera melakukan pembelian dan pembayaran saat itu juga.

Data 139

“*Silakan di check out di payment yang udah dapet harga murahny.*” (Fgs/Mmh/02)

Data 140

“*Buruan sayang. CO diluar live sale sesi aku harganya normal ya.*” (Fgs/Mmh/03)

Data (139) dan (140) memiliki fungsi yang sama yaitu fungsi memerintah. Kedua tuturan tersebut disampaikan sebagai bentuk perintah kepada pembeli untuk segera membeli pakaian yang sedang dipromosikan. Tuturan tersebut bersifat mendesak agar pembeli tertarik dengan diskon yang diberikan.

Data 141

“Udah mau habis *buruan dicheck-out dibayar* sebelum kehabisan.”  
(Fgs/Mmh/04)

Pada data (141) di atas, menunjukkan adanya fungsi tindak tutur direktif memerintah. Penjual menuntu pembeli agar segera melakukan pembelian dan pembayaran sebelum barang itu habis.

Data 142

“Kak Shan buat kuning langsung etalase satu, *ambil yang light to warm kalo kuning langsung kamu natural.*” (Fgs/Mmh/05)

Data 143

“*Kalau kuning langsung kamu lebih cerah ambil yang netral.*”  
(Fgs/Mmh/06)

Data (142) dan (143) memiliki maksud yang sama yaitu berfungsi untuk memerintah. Penjual menghendaki agar pembeli memilih warna bedak yang disarankan agar sesuai dengan warna kulit. Dengan begitu, pembeli akan mengikuti saran yang diberikan tersebut dan memutuskan untuk membelinya.

Data 144

“*yang mau collinsnya, angkut! mumpung ada diskon*”  
(Fgs/Mmh/07)

Data (144) termasuk fungsi tindak tutur direktif memerintah. Ditunjukkan <sup>111</sup> pada data di atas menggunakan kalimat perintah *yang mau collinsnya, angkut!* yang memiliki maksud untuk segera membeli coklat collins.

Data 145

“Ini warna hitamnya *kalau ga ambil sayang banget.*” (Fgs/Mmh/08)

Pada data (145) terdapat perintah dalam tuturannya. Dalam konteks tersebut, penjual menyampaikan agar pembeli mengambil kemeja warna hitam itu. Agar lebih tertatik, penjual menyakinkan dengan tuturan “*sayang banget*” untuk membuat pembeli percaya bahwa jika ia akan menyesal jika tidak membeli kemeja warna hitam itu.

Data 146

“*Jangan lupa di follow ya beb. Follow akun aku biar dapet notifikasi live dari aku. Dapet harga murahnya plus gratis ongkirnya.*” (Fgs/Mmh/09)

Data (146) merupakan fungsi tindak tutur direktif memerintah. Bentuk perintah yang disampaikan yaitu untuk mengingatkan pembeli. Pembeli diingatkan untuk mengikuti akun toko tersebut agar tidak ketinggalan jika toko sedang melakukan siaran langsung sehingga mendapatkan harga murah serta gratis ongkos kirim.

Data 147

“...betul, *kamu check outnya 3 mangkanya sayang.*” (Fgs/Mmh/10)

Data (147) menunjukkan adanya fungsi tindak tutur direktif memerintah. Penjual meminta pembeli untuk membeli baso aci tiga bungkus sekaligus agar lebih menguntungkan karena mendapatkan gratis ongkos kirim.



Data 148

“Jadi tunggu apalagi nih. Mumpung lagi ada promo, *kalian bisa cek sendiri ya untuk si promonya itu* adanya tuh pada saat kita live doang gitu.” (Fgs/Mmh/11)

Data (148) menyampaikan perintah penjual kepada pembeli agar mengecek promo yang diberikan karena promo hanya berlaku saat toko tersebut melakukan siaran langsung. Jadi, penjual bermaksud agar tidak menunggu lama dan segera cepat mengecek promo itu. Oleh karena itu, data (147) termasuk dalam fungsi tindak tutur direktif memerintah.

## B. Pembahasan

<sup>11</sup> Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan hasil sebagai berikut.

### 1. Bentuk Tindak Tutur Direktif

Dalam promosi di media sosial *TikTok* terdapat beragam <sup>31</sup> bentuk. Bentuk tindak tutur direktif yang banyak digunakan atau dipakai adalah bentuk tindak tutur direktif menyarankan dengan jumlah 15 data. <sup>129</sup> Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Merisha (2022) yang menghasilkan temuan bahwa <sup>17</sup> tindak tutur direktif menyarankan merupakan tindak tutur direktif yang paling dominan. Peneliti tersebut menghasilkan temuan <sup>1</sup> berbagai macam bentuk tindak tutur direktif di dalam bahasa yang digunakan *influencer* ketika melakukan *endorsement* dan yang paling sering muncul adalah penggunaan bentuk tindak tutur direktif *advisories* yang mengandung unsur mengusulkan, sehingga memberikan dampak yang baik terhadap minat belanja, dilihat dari respons positif masyarakat dan jumlah penjualan produk. Oleh karena itu, dalam mempromosikan sebuah barang, *influencer* berperan untuk memberikan pendapatnya mengenai suatu barang.

<sup>107</sup> Bentuk tindak tutur direktif yang banyak ditemukan selanjutnya yaitu bentuk tindak tutur bertanya dengan jumlah 13 data. Dalam melakukan promosi, tindak tutur direktif bertanya digunakan penjual untuk menanyakan keinginan pembeli. Jika pembeli sudah menyampaikan keinginannya maka penjual dapat melakukan sebuah tindakan, seperti menunjukkan, menjelaskan, serta menyampaikan informasi tentang suatu barang. <sup>90</sup> Hal ini sejalan dengan pendapat

Austin (dalam Ibrahim, 1993) yang menyebutkan bahwa tindak tutur direktif bertanya merupakan bentuk permohonan bahwa mitra tutur memberikan informasi tertentu kepada penutur.

<sup>108</sup> Bentuk tindak tutur direktif yang banyak ditemukan selanjutnya adalah bentuk tindak tutur direktif memerintah dengan jumlah 11 data. Jadi, dapat dikatakan bentuk tindak tutur ini digunakan penjual untuk memerintah pembeli agar segera melakukan pembayaran dengan menawarkan potongan harga dan bonus lainnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Austin dalam (Ibrahim,1993) yang menyatakan bahwa tindak tutur direktif memerintah digunakan untuk <sup>16</sup> mengekspresikan maksud penutur sehingga dapat <sup>17</sup> dijadikan alasan mitra tutur untuk bertindak.

<sup>6</sup> Bentuk tindak tutur direktif yang banyak ditemukan selanjutnya yaitu tindak tutur direktif mengizinkan dengan jumlah 10 data. Bentuk tindak tutur ini digunakan penjual untuk memberikan izin kepada pembeli untuk bertanya, meminta, atau bahkan membeli barang yang sedang dipromosikan pada siaran langsung. Pemberian izin pada sebuah promosi sejalan dengan pendapat Austin <sup>99</sup> dalam (Ibrahim, 1993) bahwa tindak tutur direktif ini memiliki <sup>121</sup> tujuan untuk membebaskan mitra tutur dalam melakukan sesuatu.

Bentuk tindak tutur direktif selanjutnya adalah tindak tutur direktif meminta dengan jumlah tujuh data. Jadi, dalam promosi yang dilakukan pada siaran langsung itu, penjual meminta pembeli untuk melakukan berbagai hal seperti, mengetuk layar, membagikan siaran langsung, meminta untuk segera melakukan pembayaran, dan sebagainya. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Austin

<sup>75</sup> dalam (Ibrahim, 1993) bahwa tindak tutur direktif meminta bertujuan agar tuturan tersebut digunakan sebagai alasan untuk melakukan tindakan.

Pada promosi di media sosial *TikTok* juga terdapat <sup>75</sup> bentuk tindak tutur direktif paling jarang digunakan yaitu tindak tutur direktif melarang. Hal ini sejalan dengan pendapat ahli yang menyampaikan bahwa tindak tutur direktif melarang pada dasarnya digunakan sebagai perintah agar mitra tutur melakukan sesuatu (Austin dalam (Ibrahim, 1993)). Larangan yang terdapat dalam siaran langsung itu digunakan untuk memerintah pembeli <sup>3</sup> melakukan suatu tindakan.

## 2. Strategi Tindak Tutur Direktif

Pada promosi yang dilakukan di media sosial *TikTok* juga ditemukan adanya strategi <sup>64</sup> tindak tutur direktif yang digunakan. Strategi tindak tutur direktif yang paling sering ditemukan adalah strategi tak langsung dengan jumlah 14 data. Sejalan dengan pendapat Wijana (1996), strategi tak langsung <sup>6</sup> digunakan untuk memerintah seseorang melakukan sesuatu secara implisit. Dengan strategi ini, penjual memerintah pembeli secara tidak langsung untuk membeli barang yang dipromosikan. Jadi, penggunaan kalimat berita dan kalimat tanya dalam promosi tersebut bertujuan agar pembeli <sup>13</sup> tidak merasa bahwa dirinya sedang diperintah oleh penjual.

<sup>64</sup> Strategi tindak tutur direktif yang ditemukan selanjutnya adalah strategi langsung dengan jumlah sembilan data. Sejalan dengan pendapat Wijana (1996) bahwa strategi langsung merupakan untuk memerintah seseorang secara eksplisit <sup>36</sup> dengan menggunakan kalimat tanya, kalimat berita, dan kalimat perintah. Dalam

melakukan promosi, penjual menggunakan strategi langsung agar pembeli paham dengan maksud yang diinginkan penjual. Strategi yang digunakan seperti, meminta pembeli untuk segera melakukan pembayaran, menyarankan ukuran yang pas dengan badan pembeli, dan meyakinkan bahwa pakaian tersebut akan cocok jika dipakai pembeli.

Strategi tindak tutur direktif yang ditemukan selanjutnya adalah strategi literal yang memiliki jumlah data yang sama dengan strategi langsung, yakni sembilan data. Pada promosi yang berlangsung dalam suaran *TikTok* itu, penjual menarik pembeli dengan menggunakan tuturan direktif seperti, menyarankan warna baju yang sesuai dengan warna kulit karena akan bagus dan cocok dipakai, mengatakan bahwa tas yang dipromosikan akan membuat tampilan lebih elegan, mengatakan bahwa dalam sekali pemakaian perawatan kulit akan membuat kulit wajah bagus seketika, dan memerintah pembeli untuk segera melakukan pembayaran. Hal ini sejalan dengan pendapat Wijana (1996) bahwa strategi literal merupakan strategi yang maksudnya sama dengan apa yang dituturkan.

### 3. Fungsi Tindak Tutur Direktif

Dalam promosi di media sosial *TikTok* terdapat beragam fungsi. Fungsi tindak tutur direktif yang banyak digunakan atau dipakai adalah fungsi tindak tutur direktif menyarankan dengan jumlah 15 data. Fungsi menyarankan digunakan untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud memberikan saran atau anjuran kepada pembeli, hal ini sesuai dengan pendapat Prayitno (2010).

Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan selanjutnya adalah fungsi

menyuruh dengan jumlah 11 data. Fungsi menyuruh digunakan penjual <sup>10</sup> untuk menyuruh pembeli melakukan apa yang diucapkan oleh penjual. Fungsi menyuruh mengandung maksud memberikan perintah kepada pembeli agar mau melakukan sesuatu yang disuruh oleh penjual.

<sup>31</sup> Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan selanjutnya adalah fungsi memerintah dengan jumlah yang sama dengan fungsi menyuruh, yakni 11 data. Sejalan dengan pendapat Prayitno (2010) yang menjelaskan bahwa fungsi menyarankan <sup>101</sup> merupakan perkataan yang bermaksud menyuruh pembeli melakukan sesuatu, seperti membeli barang yang dipromosikan, menyuruh untuk segera melakukan pembayaran, dan sebagainya.

<sup>76</sup> Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan selanjutnya adalah fungsi meminta dengan jumlah tujuh data. Fungsi meminta digunakan penjual dalam promosinya untuk memohon dan mengharapkan agar pembeli melakukan apa yang diminta oleh penjual. Sejalan dengan pendapat Prayitno (2010) bahwa dapat dikatakan jika fungsi meminta merupakan <sup>5</sup> ekspresi dari apa yang diinginkan penjual untuk dilakukan atau tidak dilakukan oleh pembeli.

Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan selanjutnya adalah fungsi melarang dengan jumlah lima data. Fungsi melarang digunakan untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud memerintah pembeli supaya tidak melakukan sesuatu atau tidak memperbolehkan berbuat sesuatu. Namun dalam promosi tersebut, penjual melarang pembeli dengan maksud agar pembeli melakukan sesuatu yang bersifat perintah.

<sup>76</sup> Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan selanjutnya adalah fungsi

mengajak dengan jumlah empat data. Fungsi mengajak digunakan <sup>101</sup> untuk mengajak pembeli untuk membeli barang yang sedang dipromosikan, sejalan dengan pendapat <sup>4</sup> Prayitno (2010) yang menyatakan tuturan direktif ajakan mengandung maksud bahwa penutur mengajak mitra tutur agar melakukan sesuatu sebagaimana yang dinyatakan oleh penjual melalui tuturan bersama.

Pada promosi di media sosial *TikTok* juga terdapat <sup>59</sup> fungsi tindak tutur direktif paling sedikit digunakan yaitu fungsi tindak tutur direktif memaksa dan mendesak dengan jumlah satu data. Sejalan dengan pendapat Prayitno (2010) bahwa <sup>5</sup> fungsi memaksa untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud menyuruh atau meminta dengan paksa. Jadi, saat dilakukannya siaran langsung itu, penjual memaksa agar pembeli tersebut membeli barang yang sedang ditawarkan. Hampir sama dengan memaksa, fungsi mendesak digunakan untuk meminta. Saat sedang melakukan promosi pada siaran langsung *TikTok*, penjual meinta dengan paksa agar tuturannya segera dilakukan. Maka dari itu tindak tutur tersebut memiliki fungsi mendesak.

## 28 BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan tentang simpulan dan saran. Simpulan hasil penelitian tentang <sup>1</sup> tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*. Seperti pada pembahasan yang terdapat pada penelitian, paparan menyajikan simpulan dan saran mengenai: <sup>3</sup> (a) deskripsi bentuk tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*, <sup>28</sup> (b) deskripsi strategi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*, dan <sup>1</sup> (c) deskripsi fungsi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*.

#### A. Simpulan

<sup>37</sup> Berdasarkan hasil temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok* ditemukan enam (6) <sup>44</sup> bentuk tindak tutur direktif, tiga (3) strategi tindak tutur direktif, dan delapan (8) <sup>7</sup> fungsi tindak tutur direktif. Enam bentuk tindak tutur direktif terdiri dari: meminta, bertanya, memerintah, melarang, mengizinkan, dan menyarankan. Tiga strategi tindak tutur direktif terdiri dari: langsung, tak langsung, dan literal. Sedangkan <sup>54</sup> fungsi tindak tutur direktif terdiri dari: meminta, mengajak, memaksa, mendesak, menyarankan, menyuruh, melarang, dan memerintah.

Diantara bentuk-bentuk <sup>104</sup> tindak tutur direktif yang ditemukan, bentuk tindak tutur direktif menyarankan merupakan bentuk yang paling banyak muncul dengan jumlah 15 data. Dilihat dari segi strategi, strategi langsung adalah strategi yang dominan dengan jumlah 14 data. Sedangkan jika <sup>3</sup> dilihat dari fungsi tindak



tutor direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*, ternyata fungsi tindak tutur direktif yang sering muncul yaitu fungsi menyarankan dengan jumlah 15 data.

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, bentuk tindak tutur direktif<sup>6</sup> menyarankan adalah bentuk yang paling sering muncul. Hal ini membuktikan bahwa pembeli akan lebih mudah tertarik dengan suatu barang jika penjual memberikan saran sehingga tidak bingung dalam menentukan pilihan. Selain itu, strategi langsung merupakan strategi yang sering muncul dalam promosi. Penggunaan strategi ini memudahkan pembeli untuk menerima maksud yang disampaikan penjual karena dituturkan secara eksplisit. Sedangkan fungsi yang paling dominan yaitu fungsi menyarankan yang digunakan untuk menyampaikan maksud penjual kepada pembeli. Sehubungan dengan hal itu, dapat disimpulkan jika dalam melakukan promosi diperlukan strategi langsung yang memiliki bentuk menyarankan sehingga memudahkan penjual dalam menarik pembeli agar meningkatkan minat pembelian barang yang dipromosikan.

106

## **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut.

1. Pemakaian beragam bentuk tindak tutur direktif diperlukan dalam promosi sebagai upaya menarik minat pembeli. Selain itu, dengan bentuk tindak tutur direktif yang beragam akan meyakinkan pembeli terhadap barang yang sedang dipromosikan.
2. Penggunaan strategi tindak tutur direktif sangat penting untuk menarik minat pembeli. Hal ini terbukti jika jumlah pembeli yang melakukan pembelian barang

akan lebih banyak jika penjual menawarkan potongan harga, diskon, gratis ongkos kirim, dan sebagainya.

3. Hasil penelitian ini dimaksudkan kepada penjual yang hendak melakukan promosi perlu memperhatikan bentuk tindak tutur direktif, strategi tindak tutur direktif, dan fungsi tindak tutur direktif. Penggunaan bentuk bahasa yang baik, strategi yang tepat akan meningkatkan keyakinan pembeli akan suatu barang sehingga menarik minat pembeli dan berpengaruh pada tingkat penjualan.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan dan sebagai upaya untuk mengembangkan proses penelitian, peneliti mengemukakan beberapa saran.

1. Tindak tutur direktif sangat menarik untuk diteliti, khususnya tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok* karena dalam melakukan sebuah promosi penutur akan menggunakan bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif yang beragam sehingga dapat menarik minat mitra tutur dalam membeli sebuah barang.
2. Penelitian ini bermanfaat bagi pembaca sebagai referensi atau acuan untuk melakukan sebuah promosi pada media sosial.
3. Harapan kepada calon peneliti, hendaknya melakukan penelitian terhadap tindak tutur direktif dalam promosi pada semua media sosial sehingga akan memperoleh banyak temuan yang dapat mendukung penelitian.
4. Hasil penelitian ini terbatas pada bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif yang dilakukan pada media sosial *TikTok* saja sehingga tidak mencakup seluruh media (*platform*) jual beli barang secara daring.

## ORIGINALITY REPORT

---

**30%**  
SIMILARITY INDEX

**29%**  
INTERNET SOURCES

**18%**  
PUBLICATIONS

**16%**  
STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

**1** repository.upi.edu  
Internet Source **2%**

---

**2** eprints.ums.ac.id  
Internet Source **2%**

---

**3** repository.unmuhjember.ac.id  
Internet Source **1%**

---

**4** Submitted to Universitas Negeri Jakarta  
Student Paper **1%**

---

**5** jurnal.fpbs.ikipgriptk.ac.id  
Internet Source **1%**

---

**6** eprints.uny.ac.id  
Internet Source **1%**

---

**7** 123dok.com  
Internet Source **1%**

---

**8** repository.unej.ac.id  
Internet Source **1%**

---

**9** eprints.iain-surakarta.ac.id  
Internet Source **1%**

---

10	<a href="https://files.osf.io">files.osf.io</a> Internet Source	1 %
11	<a href="https://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="https://jim.unsyiah.ac.id">jim.unsyiah.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="https://eprints.unm.ac.id">eprints.unm.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
15	<a href="https://publikasiilmiah.ums.ac.id">publikasiilmiah.ums.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
17	<a href="https://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
19	<a href="https://digilib.uns.ac.id">digilib.uns.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="https://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	Submitted to Universitas Bunda Mulia	

<1 %

22

Submitted to Universitas Jember

Student Paper

<1 %

23

docplayer.info

Internet Source

<1 %

24

eprints.umm.ac.id

Internet Source

<1 %

25

Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah

Student Paper

<1 %

26

ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id

Internet Source

<1 %

27

repositori.usu.ac.id

Internet Source

<1 %

28

repository.unpkediri.ac.id

Internet Source

<1 %

29

Submitted to IAIN Pekalongan

Student Paper

<1 %

30

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

31

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

<1 %

32

journal.unj.ac.id

Internet Source

<1 %

33

[jurnal.abisatya.org](http://jurnal.abisatya.org)

Internet Source

<1 %

34

Submitted to IAIN Bengkulu

Student Paper

<1 %

35

[jurnal.fkip.unila.ac.id](http://jurnal.fkip.unila.ac.id)

Internet Source

<1 %

36

[docobook.com](http://docobook.com)

Internet Source

<1 %

37

[www.neliti.com](http://www.neliti.com)

Internet Source

<1 %

38

[ejournal.unesa.ac.id](http://ejournal.unesa.ac.id)

Internet Source

<1 %

39

[repository.umpwr.ac.id:8080](http://repository.umpwr.ac.id:8080)

Internet Source

<1 %

40

Firman Riansyah, Neta Dian Lestari, Diana Widhi Rachmawati. "Persepsi Siswa dalam Melakukan Pembelajaran melalui Aplikasi Zoom di SMK Swakarya Palembang", Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, 2023

Publication

<1 %

41

[digilib.ikipgriptk.ac.id](http://digilib.ikipgriptk.ac.id)

Internet Source

<1 %

42	<a href="http://garuda.kemdikbud.go.id">garuda.kemdikbud.go.id</a> Internet Source	<1 %
43	<a href="http://repository.unbari.ac.id">repository.unbari.ac.id</a> Internet Source	<1 %
44	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
45	<a href="http://repository.unj.ac.id">repository.unj.ac.id</a> Internet Source	<1 %
46	<a href="http://www.kajianpustaka.com">www.kajianpustaka.com</a> Internet Source	<1 %
47	<a href="http://www.tvonenews.com">www.tvonenews.com</a> Internet Source	<1 %
48	Submitted to Universitas Negeri Semarang Student Paper	<1 %
49	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1 %
50	<a href="http://ejurnal.seminar-id.com">ejurnal.seminar-id.com</a> Internet Source	<1 %
51	Adelia Athaya Dzakiyyah, Nor Norisanti, Acep Syamsudin. "Kekuatan Social Media dan Word Of Mouth dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Restorant Mie Seuhah PISAN (MIE SP) Sukabumi", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2020	<1 %

---

52	<a href="http://journal.binadarma.ac.id">journal.binadarma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
53	<a href="http://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
54	<a href="http://repository.ummat.ac.id">repository.ummat.ac.id</a> Internet Source	<1 %
55	<a href="http://staff.uny.ac.id">staff.uny.ac.id</a> Internet Source	<1 %
56	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	<1 %
57	<a href="http://www.widyaparwa.com">www.widyaparwa.com</a> Internet Source	<1 %
58	Moh. Zamili. "MENGHINDAR DARI BIAS: Praktik Triangulasi Dan Kesahihan Riset Kualitatif", LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan, 2015 Publication	<1 %
59	<a href="http://repository.iainbengkulu.ac.id">repository.iainbengkulu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
60	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet Source	<1 %
61	<a href="http://repository.uinmataram.ac.id">repository.uinmataram.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---



62	<a href="https://repository.uncp.ac.id">repository.uncp.ac.id</a> Internet Source	<1 %
63	Submitted to Keimyung University Student Paper	<1 %
64	<a href="http://ikhe13gixche.blogspot.com">ikhe13gixche.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
65	<a href="http://mengqolbikanbahasa.blogspot.com">mengqolbikanbahasa.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
66	<a href="https://repository.syekhnurjati.ac.id">repository.syekhnurjati.ac.id</a> Internet Source	<1 %
67	<a href="https://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	<1 %
68	<a href="https://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
69	<a href="http://jonedu.org">jonedu.org</a> Internet Source	<1 %
70	<a href="http://jurnal.unprimdn.ac.id">jurnal.unprimdn.ac.id</a> Internet Source	<1 %
71	<a href="https://research-report.umm.ac.id">research-report.umm.ac.id</a> Internet Source	<1 %
72	<a href="http://educhannel.id">educhannel.id</a> Internet Source	<1 %
73	<a href="http://goodstats.id">goodstats.id</a> Internet Source	<1 %

74	<a href="http://journal.lppmunindra.ac.id">journal.lppmunindra.ac.id</a> Internet Source	<1 %
75	<a href="http://journal2.uad.ac.id">journal2.uad.ac.id</a> Internet Source	<1 %
76	<a href="http://jurnal.unikal.ac.id">jurnal.unikal.ac.id</a> Internet Source	<1 %
77	<a href="http://library.universitaspertamina.ac.id">library.universitaspertamina.ac.id</a> Internet Source	<1 %
78	<a href="http://repository.fkip.unja.ac.id">repository.fkip.unja.ac.id</a> Internet Source	<1 %
79	<a href="http://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
80	<a href="http://www.jogjapromo.com">www.jogjapromo.com</a> Internet Source	<1 %
81	Hendra Surya Prasetya, Sempu Dwi Sasongko, Subardi Agan. "PEMILIHAN KATA KONOTASI PADA KUMPULAN LAGU HIP HOP DI INDONESIA KARYA EIZY", Wacana : Jurnal Bahasa, Seni, dan Pengajaran, 2022 Publication	<1 %
82	Submitted to Universitas PGRI Madiun Student Paper	<1 %
83	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %

[ejournal.umpwr.ac.id](http://ejournal.umpwr.ac.id)

84

Internet Source

&lt;1 %

85

[repository.ump.ac.id](https://repository.ump.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

86

Irma Heriana, Asnawi Asnawi. "Prinsip Kerja Sama Tindak Tuter Direktif dalam Tuturan Tokoh Film Kau dan Dia Season 2 Sutradara Ivan Bandhito", Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, 2023

Publication

&lt;1 %

87

Joty Islamiati, Oding Supriadi, Sinta Rosalina. "Analisis Tindak Tuter Direktif dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI) dan Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar Teks Persuasi", EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN, 2021

Publication

&lt;1 %

88

Nina Nur Aeni. "ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI TERHADAP UNGKAPAN TERTULIS PADA KEMASAN PERMEN KIS DAN RELAXA (KAJIAN PRAGMATIK)", Jurnal Skripta, 2022

Publication

&lt;1 %

89

Submitted to Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Student Paper

&lt;1 %

90

[jurnalmahasiswa.unesa.ac.id](https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

- 
- 91 Mustika Damai Yanti, Zahra'unnisa Aulia. <1 %  
"IMPLEMENTASI MANAJEMEN MUTU  
TERPADU PENDIDIKAN DI MTs NEGERI 6  
BANJAR KECAMATAN MARTAPURA  
KABUPATEN BANJAR", Management of  
Education: Jurnal Manajemen Pendidikan  
Islam, 2021  
Publication
- 
- 92 Submitted to Sriwijaya University <1 %  
Student Paper
- 
- 93 Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 <1 %  
Surabaya  
Student Paper
- 
- 94 Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf <1 %  
Tangerang  
Student Paper
- 
- 95 repository.ub.ac.id <1 %  
Internet Source
- 
- 96 repository.uhn.ac.id <1 %  
Internet Source
- 
- 97 Nurul Fathiya, Ike Revita, Aslinda Aslinda. <1 %  
"Tindak Tutur dalam Pidato Bangtan  
Sonyeondan di United Nations General  
Assembly", Silampari Bisa: Jurnal Penelitian  
Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, dan  
Asing, 2022  
Publication
-

98	Rosad, Wahyu Sabilar. "Pemanfaatan Media Online Dalam Peningkatan Pembelajaran Pai Masa Pandemi COVID-19 Di Smp Ma'arif Nu 1 Ajibarang Banyumas", Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2022 Publication	<1 %
99	Septri Anjarini, Rika Ningsih. "Tindak tutur direktif pada kolom komentar TikTok Ganjar Pranowo tentang pungli", Jurnal Genre (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya), 2024 Publication	<1 %
100	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1 %
101	<a href="http://ejournal.unib.ac.id">ejournal.unib.ac.id</a> Internet Source	<1 %
102	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
103	<a href="http://journal.usm.ac.id">journal.usm.ac.id</a> Internet Source	<1 %
104	<a href="http://repository.um-surabaya.ac.id">repository.um-surabaya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
105	Errika Dwi Setya Watie. "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)", Jurnal The Messenger, 2016 Publication	<1 %

106	Nafi'ah, Khoirotun. "Manajemen Kurikulum Merdeka Belajar dalam penguatan profil pelajar Pancasila di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Banyumas", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia), 2024 Publication	<1 %
107	Rachel Setiawati Rachel, Alber Alber. "Analisis tindak tutur direktif dalam film Sayap-Sayap Patah karya Rudi Soedjarwo", Jurnal Genre (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya), 2023 Publication	<1 %
108	<a href="http://conference.fib.unsoed.ac.id">conference.fib.unsoed.ac.id</a> Internet Source	<1 %
109	<a href="http://repository.umpalopo.ac.id">repository.umpalopo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
110	<a href="http://slideplayer.info">slideplayer.info</a> Internet Source	<1 %
111	Alfiyani Nur Safitri, Asep Purwo Yudi Utomo. "Analisis Tindak Tutur Direktif Pada Ceramah Ustadz Abdul Somad Edisi Tanya Jawab Kajian Musawarah Bersama Artis Hijrah", ESTETIK : Jurnal Bahasa Indonesia, 2020 Publication	<1 %
112	Fatmaruwanti Apu, La Yani Konisi, Yunus Yunus. "DEIKSIS DALAM WACANA NARASI BUKU SISWA BAHASA INDONESIA SMP KELAS	<1 %

# VII REVISI 2017", Jurnal Bastra (Bahasa dan Sastra), 2019

Publication

---

113	<a href="http://conference.upgris.ac.id">conference.upgris.ac.id</a> Internet Source	<1 %
114	<a href="http://www.kompasiana.com">www.kompasiana.com</a> Internet Source	<1 %
115	Angganeta Lembong, Christoffel Kojo, Yantje Uhing. "ANALISIS PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MM JUICE MANADO", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023 Publication	<1 %
116	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<1 %
117	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
118	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
119	<a href="http://jurnal.unimed.ac.id">jurnal.unimed.ac.id</a> Internet Source	<1 %
120	<a href="http://ojs.unm.ac.id">ojs.unm.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

[purnamaskripsi.blogspot.com](http://purnamaskripsi.blogspot.com)

121	Internet Source	<1 %
122	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
123	Submitted to Syiah Kuala University Student Paper	<1 %
124	<a href="http://fexdoc.com">fexdoc.com</a> Internet Source	<1 %
125	<a href="http://itaituayu27.blogspot.com">itaituayu27.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
126	<a href="http://journal.universitaspahlawan.ac.id">journal.universitaspahlawan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
127	<a href="http://jurnal.untad.ac.id">jurnal.untad.ac.id</a> Internet Source	<1 %
128	<a href="http://ojs.fkip.ummetro.ac.id">ojs.fkip.ummetro.ac.id</a> Internet Source	<1 %
129	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1 %
130	Saptono, Heri. "Model Kepemimpinan Kepala Sekolah Di SMK Muhammadiyah Somagede Banyumas", Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2022 Publication	<1 %
131	Submitted to Universitas Musamus Merauke Student Paper	<1 %



132	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
133	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
134	<a href="http://journal.ipm2kpe.or.id">journal.ipm2kpe.or.id</a> Internet Source	<1 %
135	<a href="http://riset.unisma.ac.id">riset.unisma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
136	<a href="http://zulfanidanurul.blogspot.com">zulfanidanurul.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
137	Adnia Safira. "Tindak Tutur Direktif Pelatih Drum Corps Sabda Kinnara Drum Corps", <i>Alinea: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajaran</i> , 2020 Publication	<1 %
138	<a href="http://ariesoeparno.blogspot.com">ariesoeparno.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
139	<a href="http://jurnal.unsil.ac.id">jurnal.unsil.ac.id</a> Internet Source	<1 %
140	<a href="http://repository.unja.ac.id">repository.unja.ac.id</a> Internet Source	<1 %
141	<a href="http://repository.ut.ac.id">repository.ut.ac.id</a> Internet Source	<1 %
142	<a href="http://jurnal.unimor.ac.id">jurnal.unimor.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On