

**BENTUK, STRATEGI, DAN FUNGSI TINDAK TUTUR DIREKTIF  
DALAM PROMOSI DI MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S,Pd.)  
Pada Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



Oleh :

**ROSYIDA SEPTIANI**

NPM: 2014040025

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2024**

Skripsi oleh:

**ROSYIDA SEPTIANI**

NPM: 2014040025


**Judul:**

**BENTUK, STRATEGI, DAN FUNGSI TINDAK TUTUR DIREKTIF  
DALAM PROMOSI DI MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi  
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
UNP KEDIRI

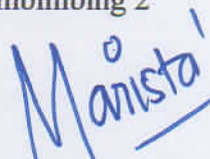
Tanggal: 5 Juli 2024

Pembimbing 1



Dr. Nur Lailiyah, M.Pd.  
NIDN. 0731038605

Pembimbing 2



Marista Dwi Rahmayantis, M.Pd.  
NIDN. 0711038903

Skripsi oleh:

**ROSYIDA SEPTIANI**

NPM: 2014040025

**Judul:**

**BENTUK, STRATEGI, DAN FUNGSI TINDAK TUTUR DIREKTIF  
DALAM PROMOSI DI MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP UNP KEDIRI  
Pada tanggal: 9 Juli 2024

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Nur Lailiyah, M.Pd.
2. Penguji 1 : Dr. Andri Pitoyo, M.Pd
3. Penguji 2 : Marista Dwi Rahmayantis, M.Pd.



Three handwritten signatures in blue ink are positioned to the right of the committee list. The top signature is partially obscured by a horizontal line. The middle signature is also partially obscured by a horizontal line. The bottom signature is clearly legible and reads 'Marista'.

Mengetahui,  
Dekan FKIP



Official stamp of Universitas Nusantara Kediri, FKIP, with handwritten signature of Dr. Agus Widodo, M.Pd. and NPM number 0024086901.

**Dr. Agus Widodo, M.Pd.**  
PORNIDN. 0024086901

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Rosyida Septiani  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. Lahir : Kediri, 23 September 2001  
NPM : 2014040025  
Fak/Jur./Prodi. : FKIP/ S1 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 9 Juli 2024  
Yang Menyatakan



Rosyida Septiani  
NPM: 2014040025

## **MOTTO**

*“Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat.”*  
*(Imam Syafi’i)*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segenap keikhlasan dan ketulusan hati, tugas akhir skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibuku Sri Utami yang selalu memberikan doa, dukungan, dan nasihat untukku.
2. Kepada Kakak Melina dan Dicky yang bersedia membantu dan memberikan dukungan kepadaku.
3. Kepada Andhika Ferdian Putra Eriantara yang selalu bersedia mendampingi saya, memberikan dukungan, dorongan, semangat, serta membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

## ABSTRAK

**Rosyida Septiani** Bentuk, Strategi dan Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial *TikTok*, Skripsi, PBSI, FKIP UN PGRI Kediri, 2024.

Kata Kunci: tindak tutur direktif, bentuk, strategi, fungsi

Bahasa memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, yaitu sebagai alat komunikasi dengan orang lain. Perkembangan teknologi saat ini membuat manusia dapat berkomunikasi melalui media sosial. Adanya media sosial khususnya *TikTok* yang memiliki beragam jenis dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan promosi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bahasa promosi yang digunakan oleh pemengaruh. Untuk itu, penelitian ini mengambil judul “Bentuk, Strategi, dan Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial *TikTok*”.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan bentuk tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*, (2) mendeskripsikan strategi tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*, (3) mendeskripsikan fungsi tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pragmatik. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan pelaporan. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak dengan teknik catat dengan cara: (1) menyimak dan merekam layar saat pemengaruh melakukan siaran langsung, (2) mentranskripsikan tuturan pemengaruh, (3) menyeleksi sesuai data yang dibutuhkan, (4) mengklasifikasikan data berupa bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif, dan (5) tabulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat: (1) bentuk tindak tutur direktif meminta, bertanya, memerintah, melarang, mengizinkan, dan menyarankan; (2) strategi tindak tutur direktif langsung, tak langsung, dan literal; (3) fungsi tindak tutur direktif meminta, mengajak, memaksa, mendesak, menyarankan, menyuruh, melarang, memerintah.

## **PRAKATA**

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan penelitian ini dapat diselesaikan. Penyusunan ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor UNP Kediri,
2. Dr. Agus Widodo, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
3. Dr. Nur Lailiyah, M.Pd. selaku Kepala Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing 1.
4. Marista Dwi Rahmayantis, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing 2 yang selalu memberikan arahan dan motivasi dengan baik,
5. Orang tua yang selalu memberi dukungan dan doa,
6. Kakak Melina dan Dicky yang memberi dukungan dan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini
7. Andhika yang selalu menemani, memberi dukungan, dan membantu menyelesaikan tugas akhir ini,

Penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan serta masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan banyak masukan atau kritik, dan saran yang membangun dari berbagai pihak dalam rangka membangun tujuan ini agar dapat bermanfaat bagi sesama.

Kediri, 9 Juli 2024

**ROSYIDA SEPTIANI**

NPM: 20154040025



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ASTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Pertanyaan Penelitian.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Teoretis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Pragmatik.....	8
B. Tindak Tutur .....	10
C. Tindak Tutur Direktif.....	11
1. Bentuk Tindak Tutur Direktif.....	13
2. Strategi Tindak Tutur Direktif .....	15

3. Fungsi Tindak Tutur Direktif.....	17
D. Media Sosial .....	21
E. TikTok.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	25
1. Pendekatan Penelitian .....	25
2. Jenis Penelitian .....	25
B. Kehadiran Peneliti.....	26
C. Tahapan Penelitian.....	27
1. Tahap Persiapan.....	27
2. Tahap Pelaksanaan.....	27
3. Tahap Pelaporan .....	28
D. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
1. Tempat Penelitian.....	30
2. Waktu Penelitian.....	30
E. Data dan Sumber Data Penelitian .....	31
1. Data Penelitian.....	31
2. Sumber Data Penelitian .....	31
F. Prosedur Pengumpulan Data .....	31
G. Teknik Analisis Data .....	33
H. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	36
1. Bentuk Tindak Tutur Direktif Requesitif .....	37
a. Bentuk Tindak Tutur Direktif Meminta .....	38
b. Bentuk Tindak Tutur Direktif Bertanya .....	40

c. Bentuk Tindak Tutur Direktif Memerintah .....	43
d. Bentuk Tindak Tutur Direktif Melarang .....	46
e. Bentuk Tindak Tutur Direktif Mengizinkan .....	48
f. Bentuk Tindak Tutur Direktif Menyarankan .....	51
2. Strategi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial	
<i>TikTok</i> .....	55
a. Strategi Langsung .....	56
b. Strategi Tak Langsung .....	59
c. Strategi Literal .....	64
3. Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial	
<i>Tiktok</i> .....	66
a. Fungsi Meminta .....	67
b. Fungsi Mengajak .....	69
c. Fungsi Memaksa .....	71
d. Fungsi Mendesak .....	71
e. Fungsi Menyarankan .....	71
f. Fungsi Menyuruh .....	76
g. Fungsi Melarang .....	79
h. Fungsi Memerintah .....	81
B. Pembahasan .....	85
1. Bentuk Tindak Tutur Direktif .....	85
2. Strategi Tindak Tutur Direktif .....	87
3. Fungsi Tindak Tutur Direktif .....	89
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....</b>	<b>92</b>
A. Simpulan .....	92
B. Implikasi .....	93
C. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

### Tabel

3.1 : Tahapan Penelitian.....	29
3.2 : Waktu Penelitian.....	30
3.3 : Tabulasi Data .....	32
4.1 : Tabulasi Data .....	37
4.2 : Tabulasi Data Bentuk Tindak Tutur Direktif.....	38
4.3 : Tabulasi Data Strategi Tindak Tutur Direktif.....	56
4.4 : Tabulasi Data Fungsi Tindak Tutur Direktif .....	67

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lembar Lampiran .....	97
Lampiran 1 Tabulasi Data Tindak Tutur Direktif .....	98
Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan .....	110

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian untuk mengetahui pembatasan masalah mengenai penelitian yang berjudul “Bentuk, Strategi, dan Fungsi Tindak Tuter Direktif dalam Promosi di Media Sosial *TikTok*”

### **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 mengertiantara 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 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 dan 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 media sosial.

Di era digital, kemajuan teknologi dan informasi semakin pesat. Perkembangan teknologi membuat manusia menginginkan semua hal menjadi serba cepat 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.

Menurut Nasrullah (2020), media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan penggunaanya 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, pengguna aktif *Tiktok* di Indonesia mencapai 126 juta orang (Woodward, 2024). Oleh karena 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 fungsitindak 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, strategi, 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, Nugraha & Sulistyaningrum (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “*Tindak Tutur Direktif dalam 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 direktif meminta, tindak tutur direktif menyuruh, tindak tutur direktif memohon, tindak tutur direktif menyarankan, tindak tutur direktif memerintah, tindak tutur direktif memberikan aba-aba. Kesamaan penelitian 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 diatas, 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

pengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*?

3. Bagaimanakah fungsi tindak tutur direktif yang digunakan oleh pengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Mendeskripsikan bentuk tindak tutur direktif yang digunakan oleh pengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*.
2. Mendeskripsikan strategi tindak tutur direktif yang digunakan oleh pengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*.
3. Mendeskripsikan fungsi tindak tutur direktif yang digunakan oleh pengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu melengkapi kajian-kajian mengenai pragmatik dalam upaya pengembangan penelitian terdahulu mengenai tindak tutur direktif, khususnya tentang bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai parameter oleh para penjual sebagai bentuk strategi dalam melakukan promosi di media sosial *TikTok* dalam upaya peningkatan penjualan.
- b. Penelitian ini bermanfaat sebagai acuan dan referensi bagi penelitian sejenis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A dan Widjajanti, A. (2016). *Tindak Tutur Direktif dalam Iklan Obat di Televisi*.
- Bachri, B. P. (2010). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Chaer, A. (1995). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Chaer, A. (2010). *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fitriana, E. (2013). *Analisis Kalimat Perintah Pada Novel Perahu Kertas Karya Dewi Lestari*. eprints ums. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Hadiati, C. (2007). *Tindak Tutur dan Implikatur Percakapan Tokoh Wanita dan Tokoh Laki-Laki dalam Film The Sound of Music*. 1–163.
- Ibrahim, A. S. (1993). *Kajian Tindak Tutur*. Surabaya: Usaha Nasional
- Ivanka Mira Nur Aini, & M. Ruslianor Maika. (2022). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lantabur Tebuireng Sidoarjo*. Syarikat: *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 128–142. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10348](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10348)
- Jumanto. (2017). *Pragmatik: Dunia Linguistik Tak Selebar Daun Kelor* (Edisi 2). Yogyakarta: Morfalingua.
- Krisye, I., Yunita, M., & Pratiwi, W. D. (2021). *Analisis Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Layanan Masyarakat Di Instagram KEMENKES Pada Masa Pandemi Covid-19 dan Relevasinya Sebagai Rancangan Bahan Ajar Bahasa Indonesia Di SMP*. *Jurnal Educatio*, 7 (3), 1205–1212. <https://doi.org/10.31949/educatio.v7i3.138.3>
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.
- Mahsun. (2019). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Marizal, Y. (2021). *Tindak Tutur Direktif Guru dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA Negeri 2 Gunung Talang*. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4, 441–452. <https://diglosiaunmul.com/index.php/diglosia/article/view/264/140>
- Merisha, R. (2022). *Pengaruh Tindak Tutur Direktif Pemengaruh (Influencer) Dalam Promosi (Endorsement) Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat*

*Belanja Masyarakat*. Universitas Pendidikan Indonesia / repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. 1–5.

Mikhael, A. (2019). *Use Of Tiktok For Gratifications And Self-Expression Among Urban Generation Z*. 87, 149–200.

Moloeng, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Keenam). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nugraha, D. S., & Sulistyningrum, S. (2019). *Tindak Tutur Direktif Dalam Iklan Layanan Masyarakat Di Media Televisi Serta Kemungkinan Efeknya*. *Jurnal Sastra Indonesia*, 7(1), 10–20. <https://doi.org/10.15294/jsi.v7i1.29812>

Prayitno, H. J. (2011). *Kesantunan Sosiopragmatik*. Universitas Muhammadiyah Press.

Rahardi, K. (2018). *Pragmatik Fenomena Ketidaksantunan Berbahasa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryandari, Ed.; Januari 20). Bandung: Alfabeta.

Sumarsih, N. (2018). *Strategi dan Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Poster Pendidikan*. *Widyaparwa*, 46(1), 49–60. <https://doi.org/10.26499/wdprw.v46i1.163>

Susanto, D. (2023). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Penelitian Ilmiah*. *Qosim Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1.

Widowati, Z. N. (2023). *Tindak Tutur Direktif dalam Talk Show Pas Buka Pada Kanal Youtube Trans 7 Official*. *Diglosia*, 25(1). <https://jurnal.uns.ac.id/ni/article/view/81759/43231>

Wijana, D. P. (1996). *Dasar-dasar Pragmatik* (Pertama). Yogyakarta: Andi.

Wikipedia. (t.t.). *Pragmatik*. Wikipedia. Diambil 13 Juli 2024, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Pragmatik>

Winarso, B. (2021). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?* <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>

Woodward, M. (2024). *Statistik Pengguna TikTok 2024: Semua yang Perlu Anda*

*Ketahui*. Search Logistics.

<https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/tiktok-user-statistics/>

Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford University Press.

Yule, G. (2006). *Pragmatik*. Pustaka Pelajar.

Yuliarti, Rustono, A. N. (2015). Tindak Tutur Direktif Dalam Wacana Novel Trilogi Karya Agustinus Wibowo(aman). *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(2), 78–85.