

## Bentuk, Strategi, dan Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Promosi di Media Sosial *TikTok*

Rosyida Septiani<sup>1</sup>, Nur Lailiyah<sup>2</sup>, Marista Dwi Rahmayantis<sup>3</sup>  
Universtas Nusantara PGRI Kediri<sup>1</sup>, Universtas Nusantara PGRI Kediri<sup>2</sup>,  
Universtas Nusantara PGRI Kediri<sup>3</sup>  
vrosyida23@gmail.com<sup>1</sup>, lailiyah86@unpkediri.ac.id<sup>2</sup>,  
maristadwiraahmayantis@gmail.com<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Language plays a major role in human life, that is, as a means of communication with others. Current technological developments enable humans to communicate through social media. The presence of social media in particular features can be used as a means of promoting. The study aims to describe the shape, strategy, and function of reflective speech used by leaders in promotions in social media outlets. The approach used in this study is the pragmatic approach. The type of research used is qualitative using descriptive methods. Research is done through a number of stages, including preparation stages, implementation stages, and reporting stages. The data-collection procedure used is the note-taking method. Studies have shown that there is: (1) forms of direct speech called for, enquiry, command, prohibit, permit, and suggest; (2) direct, unliteral, and literal action strategies; (3) the function of reflective speech calls for, invites, coerces, urges, recommends, forbids, governs.*

---

**Keywords:** *directive speech, shape, strategy, function*

---

### ABSTRAK

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 fitur dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk, strategi, dan 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. 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.

---

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

---

## PENDAHULUAN

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. Austin dan Searle dalam ilmu pragmatik memfokuskan bentuk tindak tutur yang terwujud ke dalam tiga jenis tindakan, yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi, dan tindak tutur perlokusi (Lailiyah, 2021). 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). 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 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 ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur direktif yang digunakan oleh pemengaruh dalam promosi di media sosial *TikTok*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak dengan teknik catat.

## PEMBAHASAN

Setelah melakukan analisis data, data yang mendominasi dalam penelitian ini adalah bentuk tindak tutur direktif menyarankan, strategi tindak tutur direktif tak langsung, dan fungsi tindak tutur direktif menyarankan. Dalam siaran langsung, penjual cenderung menggunakan bentuk menyarankan dengan strategi tak langsung agar pembeli tidak sadar bahwa dirinya sedang diperintah untuk membeli suatu barang karena tuturan tersebut lebih halus dan disampaikan secara implisit.

Berdasarkan klasifikasi data, peneliti menemukan data berupa: (1) bentuk tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*, (2) strategi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*, dan (3) fungsi tindak tutur direktif dalam promosi di media sosial *TikTok*.

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

Berdasarkan data yang terkumpul, tindak tutur direktif yang digunakan beragam, yakni terdapat enam bentuk tindak tutur direktif, seperti bentuk meminta, bentuk bertanya, bentuk memerintah, bentuk melarang, bentuk mengizinkan, dan bentuk menyarankan.

#### a. Bentuk 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.*” 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. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Marizal (2021) bahwa tindak tutur direktif meminta dapat diartikan sebagai bentuk permintaan dari penutur kepada mitra tutur untuk melakukan tindakan sesuai kemauan penutur. Data 003 “Yang baru bergabung, yang baru join, *jangan lupa dibantu tap tap layar, follow follow dan juga share sharenya.*” Data (003) termasuk tuturan direktif meminta. Pada 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.

## b. Bentuk 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 014

*“Atau kakaknya mau tanya-tanya lagi seputar skincare pemakaiannya gimana? Boleh, gampang banget beb.”*

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 017

*“Leopard variasi apa kak? Boleh dikomen juga ya.”*

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. Hal ini sejalan dengan pendapat Widowati (2023) yang menyatakan bahwa tuturan bertanya termasuk tindak tutur direktif karena tuturan ini menunjukkan adanya permintaan penutur yang meminta mitra tutur melakukan suatu tindak tutur yang didalamnya terdapat informasi yang dibutuhkan penutur.

## c. Bentuk 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 berdeda dengan memerintah (memohon) yang memiliki maksud bahwa ekspresi yang disampaikan penutur merupakan alasan mitra tutur untuk bertindak.

Data 023

*“Buruan sayang. CO diluar live sale sesi aku harganya normal ya.”*

Data (022) memiliki maksud yang sama. 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. Hal ini sejalan dengan pendapat Fitriana (2013) menyebutkan bahwa kalimat perintah dipakai untuk memerintahkan seseorang agar melakukan apa yang diperintahkan.

Data 026

*“Kalau kuning langsung kamu lebih cerah ambil yang netral.”*

Data (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.

#### d. Bentuk 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 035

*“Jangankan besok deh, takutnya nanti jam 12 vouchernya abis ga bisa ditambah lagi. Jangan kelamaan buruan ambil buruan payment.”*

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

#### e. Bentuk Mengizinkan

Pemberian izin merupakan tindak tutur direktif yang mengekspresikan maksud dan kepercayaan penutur. Dengan adanya kepercayaan tersebut, akan dijadikan alasan yang cukup untuk mempercayai tuturan penutur sehingga mitra tutur diberikan izin untuk merasa bebas melakukan sebuah tindakan.

Data 041

*“Kalo kamu mau check out boleh ambil.”*

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. Pemberian izin pada sebuah promosi sejalan dengan pendapat Austin dalam (Ibrahim, 1993) bahwa tindak tutur direktif ini memiliki tujuan untuk membebaskan mitra tutur dalam melakukan sesuatu.

Data 045

“Spill rohnya *boleh*.”

Data (045) merupakan bentuk tindak tutur direktif mengizinkan. Kata *boleh* pada data tersebut digunakan sebagai bentuk pemberian izin. Penjual membolehkan pembeli untuk meminta ditampilkan atau ditunjukkan barang yang diinginkan.

#### f. Bentuk 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 052

“*Kalo sayang ngga suka ngepres, boleh check out ukuran XL aja yah soalnya aku pake udah ngepres banget.*”

Data (052) digunakan penjual untuk menyarankan ukuran yang sesuai dengan BB pembeli. Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Merisha (2022) yang menghasilkan temuan bahwa tindak tutur direktif menyarankan merupakan tindak tutur direktif yang paling dominan yang terdapat unsur mengusulkan, sehingga memberikan dampak yang baik terhadap minat belanja, dilihat dari respon positif masyarakat dan jumlah penjualan produk. Agar pakaian yang dipilih tersebut tidak terlalu kecil atau tidak terlalu besar. Hal itu membuktikan bahwa 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.*”



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 055

“Tapi kalau udah terbiasa pake retinol *boleh setiap hari di malam hari ya.*”

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.

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

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.

### a. Strategi Langsung

Menurut Wijana (1996), berdasarkan modusnya, 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!*”

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 mengambil ukuran yang disarankan oleh penjual.

Data 070

“silakan di check out di payment yang udah dapet harga murahnya.”

Data (070) yaitu tuturan yang menggunakan strategi langsung. Strategi ini menggunakan kalimat perintah, yakni agar mitra tutur melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan penutur. Hal ini dibuktikan dengan tuturan penjual yang digunakan untuk memerintah pembeli untuk membeli barang dagangannya. Sejalan dengan pendapat Hadiati (2007) menyampaikan bahwa jika modus tuturan dan fungsi tuturan memiliki kesesuaian maka termasuk dalam strategi langsung.

### b. Strategi 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.

Data 073

“Warna krem tentunya *tingkatan paling atas yang paling best seller kakak.*”

Data (073) 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 077

“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.*”

Data (077) 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 081

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

Data (081) 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. Sejalan dengan pendapat Wijana (1996) strategi tak langsung digunakan untuk memerintah seseorang melakukan sesuatu secara implisit.

### c. Strategi 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.

Data 088

*“walaupun warna putih dia keren.”*

Data (088) 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 089

*“Etalase nomer 25 cocok banget nih buat kamu yang mau berhijab ya.”*

Data (089) 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. 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*

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 data berikut.

### a. Fungsi Meminta

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.

Data 101

*“Ganti akun dulu sayangku ya, sebelum flash sale aku mati.”*

Data (101) merupakan bentuk tindak tutur direktif yang memiliki fungsi meminta. Penjual meminta pembeli untuk mengganti akunnya terlebih dahulu agar mendapatkan harga flash sale sebelum flash sale itu berakhir. Hal itu sejalan dengan pendapat Prayitno (2011) bahwa dapat dikatakan jika fungsi meminta merupakan ekspresi dari apa yang diinginkan penjual untuk dilakukan atau tidak dilakukan oleh pembeli.

### **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 102

*“Ayo di CO dulu ya sambil ditaptap, dishare boleh.”*

Data (102) 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 104

*“Yuk kakak yang lainnya yang belum check out bisa langsung kakak gercepin di check out mumpung kita lagi ada promo-promo cantik sayang”*

Pada data (104) 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.

### **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 106

*“Langsung di gas CO payment sekarang juga”*

Data (106) terdapat kata sekarang juga. Kata sekarang juga 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 107

“Langsung di gas CO payment *sekarang juga*”

Data (107) terdapat kata sekarang juga. Kata sekarang juga secara eksplisit digunakan untuk mendesak mitra tutur. Dalam konteks tersebut, penjual memaksa agar pembeli segera melakukan pembayaran.

#### 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 110

“BB 70 standar bisa. Selagi LD kakak 110 kebawah ambil standar ya. *LD 110 keatas ambil jumbo.*”

Data (110) 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. Fungsi menyarankan digunakan untuk mengekspresikan tuturan yang mengandung maksud memberikan saran atau anjuran kepada pembeli, hal ini sesuai dengan pendapat Prayitno (2011).

Data 115

“Tali panjangnya bisa diadjust ya. *Mau dipanjangin bisa, mau dipendekin juga bisa.*”

Data (115) 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. Hal ini menunjukkan bahwa tuturan diatas merupakan bentuk tindak tutur direktif menyarankan.

#### 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 126

*“Buruan sayang. CO diluar live sale sesi aku harganya normal ya.”*

Data (126) memiliki maksud yang sama. 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 128

*“Kalau kuning langsung kamu lebih cerah ambil yang netral.”*

Data (128) 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. Sejalan dengan pendapat Prayitno (2011) yang menjelaskan bahwa fungsi menyarankan merupakan perkataan yang bermaksud menyuruh pembeli melakukan sesuatu, seperti membeli barang yang dipromosikan, menyuruh untuk segera melakukan pembayaran, dan sebagainya.

#### g. Fungsi Melarang

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

Data 134

*“Jangan dinanti-nanti atau ntar-ntar sebelum harganya back to normal.”*

Data (134) merupakan suatu bentuk perintah agar mitra tutur 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.

#### h. Fungsi Memerintah

Bentuk tindak tutur direktif perintah menurut Prayitno (2011) menyatakan bahwa direktif perintah adalah perkataan yang bermaksud menyuruh mitra tutur melakukan sesuatu. Pada jenis tindak tutur perintah terdapat fungsi memerintah, menyuruh, menginstruksikan, mengharuskan, menginstruksikan, memaksa, meminjam.

Data 140

*“Silakan di check out di payment yang udah dapet harga murah nya.”*

Data (140) memiliki fungsi yang sama yaitu fungsi memerintah. 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 149

*“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.”*

Data (149) 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 (149) termasuk dalam fungsi tindak tutur direktif memerintah.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut, bentuk tindak tutur direktif 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.

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.

## DAFTAR RUJUKAN

- 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)
- 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>



- Lailiyah, N. (2021). *Tindak Tutur Ekspresif Meminta Maaf Terpidana Korupsi Di Indonesia*. PRASASTI: Journal of Linguistics, 6(2), 215. <https://doi.org/10.20961/prasasti.v6i2.51038>
- 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). *Rifna Merisha, 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.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Keenam). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prayitno, H. J. (2011). *Kesantunan Sosiopragmatik*. Universitas Muhammadiyah Press.
- 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.
- Woodward, M. (2024). *Statistik Pengguna TikTok 2024: Semua yang Perlu Anda Ketahui*. SearchLogistics. <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/tiktok-user-statistics/>