

TINDAK TUTUR DIREKTIF DALAM WACANA JUAL BELI *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @WARDAHOFFICIAL

Rr. Balqis Alyamayadita Rahman¹, Suhandano²

Magister Linguistik, Universitas Gadjah Mada¹²

Email: balqis00@mail.ugm.ac.id¹, suhandano@ugm.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk dan strategi tindak tutur jual beli oleh *host live* saat sesi *live streaming* di akun Tiktok @wardahofficial. Data primer penelitian ini berupa tuturan lisan yang *host live* saat sesi *live streaming*. Pengambilan data dilakukan pada Sabtu, 10 Oktober 2024, jam 20.00--22.00. Data tersebut dikumpulkan menggunakan metode simak, rekam layar dan tangkap layar. Data tersebut kemudian dianalisis dengan pendekatan pragmatik dan disajikan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan adanya 386 bentuk tindak tutur direktif, yaitu memerintah, meminta, menasihati, menawarkan, mengajak, menyarankan, menganjurkan, memperingatkan, mendesak, melarang, dan memperbolehkan. Bentuk tuturan direktif yang paling banyak ditemukan adalah menyarankan karena *host live* harus dapat membantu dan meyakinkan pembeli untuk *check out* dan *payment* produk. Dari 386 bentuk tindak tutur, terdapat dua strategi yang digunakan, yaitu (1) implisit, langsung, literal, tersirat, serta (2) implisit, langsung, literal, tersurat yang paling banyak digunakan karena proses jual beli tersebut dilakukan secara *online* dengan keterbatasan waktu sehingga membutuhkan keefektifan waktu untuk berinteraksi secara jelas, mudah dipahami, serta menghindari kesalahpahaman.

Kata Kunci: Jual Beli *Online*, Media Sosial Tiktok, Tindak Tutur Direktif

ABSTRACT

This study aims to determine the forms and strategies of buying and selling speech acts by live hosts during live streaming sessions on the TikTok account @wardahofficial. The primary data of this study were in the form of oral speech by live hosts during live streaming sessions. Data collection was carried out on Saturday, October 10, 2024, at 20.00-22.00. The data were collected using the listening, screen recording and screen capture methods. The data were then analyzed using a pragmatic approach and presented using a descriptive qualitative method. The results showed that there were 386 forms of directive speech acts, namely ordering, requesting, advising, offering, inviting, suggesting, recommending, warning, urging, prohibiting, and permitting. The form of directive speech that is most often found is suggesting because the live host must be able to help and convince buyers to check out and pay for the product. Of the 386 forms of speech acts, there are two strategies used, namely (1) implicit, direct, literal, implied, and (2) implicit, direct, literal, explicit, which are the most widely used because the buying and selling process is carried out online with time constraints, so it requires time effectiveness to interact clearly, easily understood, and avoid misunderstandings.

Keywords: Online Buying and Selling, Tiktok Social Media, Directive Speech Acts



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Copyright© 2024 by Author. Published by Universitas PGRI Mahadewa Indonesia.

Received : March, 2025

Revised : April, 2025

Accepted : April, 2025

Published : Mei, 2025

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi yang kehadirannya sangat penting. Membicarakan bahasa, tidak akan terlepas dari salah satu teori linguistik yang saat ini cukup terkenal di kalangan ahli linguistik, yaitu pragmatik. Menurut Wijana (2011), pragmatik adalah cabang ilmu linguistik yang mempelajari struktur eksternal bahasa. Awal kemunculan teori tindak tutur ditandai dari ceramah yang disampaikan oleh filsuf berkebangsaan Inggris (Austin, 1995). Ceramah tersebut disampaikan di Universitas Harvard pada tahun 1955, dan kemudian diterbitkan pada tahun 1962 dengan judul *How to do Things with Words*. Menurut Firth (dalam Halliday, 1992), kajian bahasa tidak dapat terlepas dari konteks situasi yang meliputi partisipasi, tindakan partisipasi, dan dampak tindak tutur. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa salah satu teori yang dikaji dalam pragmatik adalah tindak tutur. Menurut Austin (dalam Nadar, 2009), pada dasarnya seseorang juga melakukan sesuatu ketika dia sedang mengatakan sesuatu. Misalnya, saat seseorang mengatakan tentang janji (*promise*), maka orang tersebut tidak hanya berkata "saya berjanji", tetapi juga melakukan tindakan berjanji. Tindak tutur adalah tindakan yang dapat diwujudkan melalui tuturan (Yule, 2006).

Menurut Wijana (2021) yang diadopsi dari pembagian oleh Searle (1969), berdasarkan aspek fokus perhatian, tindak tutur dapat dibagi menjadi tiga, yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Tindak lokusi merupakan tindak tutur untuk menyatakan sesuatu yang dikenal juga sebagai *the act of saying something*. Adapun tindak tutur ilokusi tidak hanya berfungsi untuk menyatakan sesuatu, tetapi juga diutarakan untuk melakukan sesuatu sehingga dikenal juga sebagai *the act of doing something*. Tindak tutur perlokusi juga dikenal dengan sebutan *the act of affecting someone* karena pengutaraannya sering kali memiliki daya pengaruh atau efek untuk pendengarnya.

Kemudian, Wijana (2021) berpendapat bahwa semua aktivitas berbahasa merupakan tindak performatif dengan pembeda berupa strategi yang digunakan. Sehubungan dengan hal tersebut, terdapat lima tindak tutur yang dilakukan oleh penutur, yaitu representatif, direktif, komisif, ekspresif, interogatif, dan deklaratif (Wijana, 2011). Dalam penelitian ini, salah satu bentuk yang akan dibahas lebih dalam adalah tindak tutur direktif. Menurut Searle (1979), tindak tutur direktif merupakan bentuk tindak tutur yang digunakan oleh penutur untuk membuat lawan tuturnya melakukan sesuatu yang diutarakan. Adapun menurut Nurmaily (2017), tindak tutur direktif merupakan tuturan yang bertujuan untuk membuat lawan tutur melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan penutur. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Chaer (2014) dan Basid (2020) yang menyatakan bahwa bentuk tindak tuturan direktif dapat berupa perintah, permintaan, ajakan, atau saran yang dimaksudkan untuk membuat lawan tutur melakukan tindakan tertentu.

Selain bentuk tindak tutur, terdapat juga strategi tindak tutur yang berkaitan dengan cara-cara yang dilakukan penutur dalam mengungkapkan tuturannya (Wijana, 2021). Strategi tersebut sangat berhubungan erat dengan bentuk tindak tutur yang diutarakan karena dapat memengaruhi cara tuturan direktif disampaikan dan dipahami oleh lawan tutur. Maksudnya, strategi tindak tutur direktif tersebut penuturannya secara langsung/tidak langsung, dengan penggunaan kata yang literal/tidak literal, pemaknaan kalimat yang implisit/eksplisit, atau maksud kalimat yang tersirat/tersurat. Misal, tuturan direktif (a) "aku sih suruh kamu *check out* dan *payment*nya sekarang aja beb karena kita udah mau selesai nih" tentu saja memiliki strategi yang berbeda dengan tuturan direktif (b) "buruan beb, lima menit lagi selesai." Bentuk tuturan direktif (a) menggunakan strategi eksplisit, langsung, literal, tersurat, sedangkan bentuk tuturan direktif (b) menggunakan strategi implisit, langsung, literal, tersirat. Suatu tuturan dapat dikategorikan sebagai tindak tutur eksplisit apabila mengandung verba performatif, sedangkan tindak tutur implisit tidak mengandung verba performatif. Tuturan langsung merupakan suatu tuturan yang bentuknya sesuai dengan maksudnya, berbeda

dengan tuturan tidak langsung yang bisa saja bentuknya tidak sesuai dengan maksud tuturannya. Tindak tutur tidak literal adalah tindak tutur yang maksud pengutaraannya berlawanan dengan maksud makna satuan-satuan penyusunnya. Sebaliknya, tindak tutur literal adalah maksud penutaraannya tidak berlawanan dengan kata-kata penyusunnya. Tindak tutur tersurat adalah pengutaraan tuturan dengan maksud yang disampaikan secara jelas, sedangkan tuturan tidak tersurat disampaikan secara tidak jelas.

Salah satu bentuk komunikasi bahasa yang memperlihatkan adanya bentuk dan strategi tindak tutur adalah proses jual beli yang saat ini dapat dilakukan secara *online* di media sosial. Hal tersebut sesuai dengan laporan dari Howe (2024) yang menyatakan bahwa salah satu alasan utama penggunaan media sosial adalah menemukan produk untuk dibeli (*finding product to purchase*) sebesar 35,40%. Dari sekian banyak media sosial yang ada, media sosial TikTok menjadi salah satu alat komunikasi yang banyak digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan dari Fatika (2024) dan Howe (2024), pada April 2024 tercatat lebih dari 120 miliar pengguna media sosial TikTok dengan mayoritas pengguna berusia 18-34 tahun. Fitur yang paling banyak digunakan di TikTok adalah *live streaming* yang membuat orang tetap bisa melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Berdasarkan laporan dari Populix (2022) menunjukkan bahwa kanal media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2022 untuk melakukan jual beli adalah di aplikasi TikTok.

Salah satu perusahaan yang melakukan jual beli di TikTok adalah *Paragon Technology and Innovation* yang salah satu produknya adalah *skincare* Wardah. Berdasarkan data penelitian dari Populix (2022), Wardah termasuk salah satu merk *skincare* lokal yang menjadi favorit masyarakat. Berdasarkan hasil *survey* dari Keegan (2024), pada tahun 2024 produk Wardah berhasil menduduki peringkat satu dalam *Top 10 Beauty Brand in South East Asia (SEA)* dengan poin 64,25. Posisi tersebut merupakan sebuah prestasi bagi produk Wardah karena berhasil mengalahkan produk-produk global lainnya, seperti Vaseline, Dove, dan Nivea. Selain itu, Wardah juga berhasil menduduki posisi pertama di Asia Tenggara dan di Indonesia. Hal tersebut merupakan hasil dari berbagai usaha yang sudah dilakukan oleh Wardah untuk terus *branding* dan menjual produknya melalui media sosial TikTok @wardahofficial agar dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia dan global.

Cara berjualan di TikTok tentu saja tidak sama dengan cara jual beli di kehidupan nyata dan media sosial lainnya. Salah satu perbedaan tersebut terletak pada promosi produk yang dilakukan melalui fitur *live streaming*. Selain itu, bahasa yang digunakan dalam proses jual beli di sesi *live streaming* tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga harus bersifat persuasif (Suharti, 2018). Kegiatan *live streaming* dilakukan oleh seseorang yang disebut sebagai *host live*. Durasi untuk satu kali *live streaming* oleh @wardahofficial dilakukan selama 120 menit. Dalam satu hari, akun @wardahofficial dapat melakukan delapan kali *live streaming* pada pukul 06.00–08.00, 08.00–10.00, 10.00–12.00, 13.00–14.00, 14.00–16.00, 16.00–18.00, 18.00–20.00, dan 20.00–22.00. Promosi yang dilakukan oleh @wardahofficial melalui *live streaming* dapat berupa *review* produk atau cara pemakaian produk. Kehadiran *live streaming* dapat mempermudah masyarakat Indonesia untuk membeli produk yang diinginkan tanpa perlu bersusah payah pergi ke suatu tempat. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, pembeli dapat mengajukan pertanyaan dengan menuliskannya di kolom komentar agar dapat mengetahui informasi mengenai produk. Setelah pembeli menulis komentar, *host live* yang membaca komentar tersebut akan menjawab dan menjelaskan secara lisan. Selain itu, ketika *host live* sedang memberikan penjelasan, bisa langsung menampilkan poster, foto, atau video yang juga bisa dilihat oleh penonton dalam waktu bersamaan.

Misal, terdapat tuturan penonton berbentuk tulisan di kolom komentar "*ka, 45 dong,*" yang secara langsung direspons *host live* dengan tuturan lisan "*45, boleh sayang, itu ada facial wash dari series whitesecret buat kamu yang pingin punya kulit lebih cerah dan*

glowing." Kutipan interaksi tuturan tersebut menunjukkan bahwa tanpa adanya konteks situasional, kalimat "*ka, 45 dong*" akan memiliki potensi keambiguan maksud, seperti 45 rupiah, nomor 45, ukuran 45, atau usia 45. Namun, karena adanya konteks situasional bahwa tuturan tersebut muncul saat sesi *live streaming* jual beli *online*, kalimat "*ka, 45 dong*" tersebut secara pragmatik dapat dimaknai sebagai nomor etalase dengan maksud penutur yang secara implisit memerintah (direktif) *host live* untuk menjelaskan jenis dan manfaat produk di etalase tersebut. Dengan demikian, gaya komunikasi melalui *live streaming* di akun @wardahofficial tersebut menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut yang dilihat dari segi bentuk dan strategi tindak tutur oleh *host live*. Bagaimana bentuk-bentuk dan strategi-strategi tuturan yang diproduksi oleh *host live* saat proses jual beli ketika sesi *live streaming*. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Leech (2014) yang menyatakan bahwa dalam pragmatik membahas makna tuturan dalam hubungannya dengan konteks yang dapat membuat penafsiran tindak tutur menjadi sangat bergantung pada situasinya.

Penelitian mengenai tindak tutur dalam wacana jual beli sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Penelitian pertama adalah tesis berjudul Analisis Tindak Tutur pada Interaksi Penjual Pembeli *Live* TikTok Kajian Pragmatik Searle oleh Sihombing (2024). Data penelitian ini adalah tuturan pembeli dan penjual dalam media sosial TikTok. Hasil penelitian menemukan penggunaan tindak tutur (1) asertif berupa pernyataan, pemberitahuan, saran, dan pemesanan, (2) direktif berupa perintah dan permintaan, (3) ekspresif berupa ucapan terima kasih, (4) komisif berupa perjanjian dan penawaran, serta (5) deklaratif berupa keputusan. Strategi yang ditemukan berupa strategi langsung literal dan langsung tidak literal. Penelitian kedua adalah artikel berjudul Tindak Tutur Ekspresif Pembeli dalam Aplikasi TikTok oleh Masruri, A., dkk (2023). Data penelitian tersebut adalah tuturan pembeli dalam media sosial TikTok di akun @jenskin.naturals. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat satu tindak tutur yang ditemukan, yaitu tindak tutur ekspresif dengan bentuk tuturan ungkapan terima kasih, permohonan maaf, dan penyesalan.

Meski demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Jual beli di TikTok yang diteliti di penelitian sebelumnya adalah di fitur *tiktok shop* yang hanya berbentuk wacana tulisan oleh penjual, tanpa ada interaksi antara penjual dan pembeli, sedangkan penelitian ini meneliti dari media sosial TikTok yang menggunakan bahasa lisan di fitur *live streaming* sehingga ada interaksi antara *host live* selaku penjual dengan penonton selaku pembeli. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk tindak tutur direktif dan strategi tindak tutur direktif oleh *host live* dalam akun @wardahofficial.

METODE

Terdapat tiga tahapan dalam penelitian ini. Tahapan pertama adalah pengumpulan data, yaitu data primer berupa tuturan lisan yang diucapkan oleh *host live* saat sesi *live streaming* di akun TikTok @wardahofficial, dan data sekunder berupa buku dan artikel dengan topik pembahasan yang relevan. Pemilihan waktu pengambilan data *live streaming* yang akan dilakukan pada Sabtu, 10 Oktober 2024 dikarenakan waktu tersebut merupakan *weekend* sehingga penonton *live streaming* berjumlah lebih banyak daripada saat hari-hari *weekdays* lainnya. Selain itu, pemilihan tanggal 10 dikarenakan bertepatan dengan waktu "cantik" 10.10 (10 Oktober) yang pada umumnya banyak penjual *online shop* akan selalu melakukan diskon dan penjualan besar-besaran pada waktu-waktu cantik tersebut. Istilah waktu "cantik" dalam dunia jual beli *online* merujuk pada pasangan tanggal dan bulan dengan angka yang sama, seperti 1.1 (1 Januari), 2.2. (2 Februari), dan lainnya. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan metode simak, rekam layar (*screen record*), dan tangkap layar (*screenshot*). Saat sesi *live streaming* berlangsung, akan dilakukan perekaman layar dan tangkap layar. Metode pengumpulan data tersebut dilengkapi dengan penggunaan instrumen pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu penelitian yang

digunakan. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah dokumentasi dengan tujuan untuk mencatat segala data yang didapatkan untuk dianalisis, serta observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap proses jual beli *online* melalui *live streaming* di akun @wardahofficial.

Setelah data-data tersebut terkumpul, langkah kedua adalah tahap analisis data hingga bisa sampai ke tahap simpulan. Data *live streaming* yang sudah terkumpul tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode kualitatif, yaitu penjabaran secara menyeluruh dan mendalam. Data yang dianalisis dalam penelitian ini berbentuk tuturan-tuturan kalimat *host live*. Adapun pendekatan dalam menganalisis data penelitian tersebut adalah teori mengenai analisis pragmatik. Untuk mendapatkan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik *credibility* atau pemeriksaan tingkat kepercayaan yang dapat dilakukan dengan cara melakukan ketentuan pengamatan dan perbandingan dengan metode triangulasi untuk memastikan keobjektifan dan menemukan unsur-unsur yang relevan dengan data penelitian. Dalam hal ini, triangulasi yang digunakan adalah triangulasi waktu untuk membandingkan secara mendalam tentang proses *live streaming* antara akun penjualan *skincare* Wardah yang lebih interaktif daripada akun penjualan *skincare* lainnya, serta jam tayang *live streaming* pada sesi terakhir di waktu cantik yang lebih memiliki banyak penonton daripada jam tayang di hari dan sesi lainnya. Dari triangulasi waktu tersebut, didapatkan penentuan data penelitian berupa *live streaming* media sosial TikTok di akun @wardahofficial pada Sabtu, 10 Oktober, jam 20.00--22.00 WIB yang lebih interaktif dan ramai penonton sehingga dapat dipastikan kebenaran data penelitiannya.

Tahap ketiga setelah data dianalisis adalah menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian tersebut disajikan menggunakan dalam bentuk pentabelan dan pendeskripsian. Dengan demikian, metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yaitu penjelasan tentang suatu fenomena kebahasaan yang terjadi di dalam masyarakat (Hartono, 2019). Menurut Hariwijaya (2015) metode penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu objek penelitian secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan data-data penelitian. Metode deskriptif tidak sekadar pengamatan, pengumpulan, penyusunan, dan pemaparan, tetapi juga penganalisisan dan penginterpretasian objek penelitian. Dalam hal ini, yang dapat dianalisis dan diinterpretasi adalah penggunaan bahasa dan struktur wacana jual beli *online* akun @wardahofficial melalui *live streaming* di media sosial TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Tindak Tutur Direktif oleh *Host Live* dalam Akun @Wardahofficial

Dalam proses komunikasi jual beli *online* di akun @wardahofficial ditemukan 386 bentuk tindak tutur direktif yang digunakan oleh *host live* saat melakukan sesi *live streaming*. Dari 386 tindak tutur direktif tersebut dapat digolongkan ke dalam sebelas jenis tuturan direktif, yaitu direktif memerintah, meminta, menasihati, menawarkan, mengajak, menyarankan, menganjurkan, memperingatkan, mendesak, melarang, dan memperbolehkan. Perhatikan tabel berikut.

Tabel 1. Bentuk Tindak Tutur Direktif oleh *Host Live* di @wardahofficial

Nomor	Tindak Tutur Direktif	Jumlah
1	Menyarankan	87
2	Memerintah	80
3	Mengajak	55
4	Meminta	39
5	Menasihati	35
6	Menganjurkan	30

7	Memperingati	29
8	Menawarkan	18
9	Mendesak	6
10	Melarang	4
11	Memperbolehkan	3
Jumlah		386

Data (1)

Konteks: *host live* sedang memberi saran kepada penonton di sesi diskusi tentang salah satu produknya.

Pembeli: *“buat ombre bagus wardah matte yg 19, 22, apa 25 kak”*

Host live: *“Kak Via ingin lebih maroon, kakak Via ambil 19 plus 22, tapi kalau Kakak Via pingin ombrenya lebih pinkish, Kakak Via ambilnya 19 plus 25, ya, seperti itu, cinta”*

Dalam data (1) tersebut, terdapat bentuk tindak tutur direktif menyarankan. Bentuk tuturan tersebut dapat dilihat dari penggalan kalimat *“Kak Via ingin lebih maroon, kakak Via ambil 19 plus 22”* dan juga penggalan kalimat *“Kakak Via pingin ombrenya lebih pinkish, Kakak Via ambilnya 19 plus 25”*. Dari kedua tuturan tersebut, dapat diketahui bahwa *host live* sedang memberikan saran kepada Kak Via selaku penonton untuk mengambil produk tertentu. Ada dua saran yang diberikan oleh *host live* kepada Kak Via. Masing-masing saran tersebut bergantung dengan kondisi tertentu. Untuk saran pertama, penggunaan lipstick matte shades nomor 19 dan 22 jika menginginkan hasil ombre yang lebih gelap. Adapun saran penggunaan shades nomor 19 dan 25 dapat dipenuhi jika ingin hasil ombre yang lebih terang. Kalimat saran tersebut muncul sebagai jawaban dari pertanyaan Kak Via tentang shades lipstick matte yang lebih bagus. Dari kedua jawaban *host live* tersebut, dapat diketahui bahwa menurut *host live*, ketiga shades tersebut (19, 22, dan 25) itu bagus semua, hanya saja kembali ke selera pengguna, lebih suka hasil ombre yang lebih terang atau gelap. Dari tuturan tersebut, diharapkan Kak Via dapat membeli dua dari tiga produk yang sudah disarankan oleh *host live*.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam kalimat menyarankan tersebut dipilih oleh *host live* karena dianggap lebih sopan dan tidak memaksa penonton untuk membeli produk tersebut. Meskipun tujuan utama dari proses jual beli *online* ini adalah *host live* berhasil membuat penonton untuk membeli produk, *host live* tetap harus mengedepankan prinsip kesantunan dalam komunikasi, salah satunya dengan cara tidak adanya paksaan. Selain itu, di penggalan kutipan tersebut terdapat saran nomor shades antara 19, 22, atau 25 yang bisa disesuaikan dengan keinginan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tuturan menyarankan tersebut dapat membuat penonton merasa diberi otoritas untuk memutuskan kepastian pembelian produk tersebut sehingga penonton tidak merasa dipaksa. Dengan tidak adanya paksaan tersebut, diharapkan penonton merasa nyaman melakukan interaksi jual beli *online* sehingga dapat memperbesar peluang *host live* untuk meyakinkan penonton membeli produk tersebut.

Data (2)

Konteks: *Host live* sedang melakukan opening.

Host Live: *“Oke, buat temen-temen di sini yang baru join, sayang, boleh banget diabsen-absen, temen-temen di sini, dari mana aja dan juga mau dispill etalase berapa, mau dikasih flash sale di etalase berapa, dan juga mau dispill di etalase berapa, ya.”*

Pada data (2) tersebut ditemukan bentuk tindak tutur direktif memerintah. Tuturan tersebut dituturkan di sesi pembukaan. Kata ‘absen’ yang ada dalam tuturan tersebut memiliki arti yang berlawanan dari arti KBBI. Jika menurut KBBI, absen berarti ketidakhadiran,

menurut konteks tuturan tersebut, absen adalah daftar hadir. Tuturan "... boleh banget diabsen-absen...." disampaikan oleh *host live* dengan maksud memberi perintah kepada pembeli untuk menuliskan daftar hadir. Daftar hadir tersebut dituliskan di kolom komentar dengan menuliskan informasi wilayah dan juga produk yang diinginkan. Hal tersebut terdapat pada penggalan kalimat "...dari mana aja dan juga mau dispill etalase berapa...." Kata "dari mana aja" merujuk kepada asal wilayah para penonton, sedangkan "mau dispill etalase berapa" itu merujuk kepada produk yang diinginkan. Kata "etalase" dalam kalimat tersebut memiliki maksud keranjang produk. Hal tersebut dikarenakan setiap produk *skincare* Wardah memiliki nomor etalasanya sendiri-sendiri untuk mempermudah pembeli membedakan series *skincarenya*.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat memerintah tersebut dipilih oleh *host live* ketika akan memberikan instruksi yang harus diucapkan secara spesifik. Misal pada kutipan data tersebut, terdapat kata "...diabsen-absen dari mana dan mau dispill etalase berapa...." memperlihatkan tujuan tuturan *host live* tersebut untuk membuat penonton sebagai lawan tutur dapat melaksanakan sesuatu yang diinginkan oleh *host live* sehingga harus disampaikan dengan jelas dalam bentuk kalimat perintah. Dengan demikian, tuturan tersebut dapat dianggap lebih efektif karena memberikan arahan atau perintah secara langsung. Selain itu, alasan *host live* banyak memilih menggunakan bentuk tutur direktif memerintah adalah dapat memberikan *sense of urgency* atau rasa kebutuhan yang harus segera dilakukan oleh penonton. Berbeda jika tuturan data (2) diungkapkan dalam bentuk kalimat menyarankan maka ada kemungkinan penonton tidak segera melakukan apa yang diinginkan *host live*.

Data (3)

Konteks: *Host live* sedang menjawab salah satu pertanyaan dari penonton tentang produk *skincare*.

Pembeli: "Kk, fw ada?"

Host live: "Yuk cantik, coba dicek di etalasanya number 15."

Pada data (3) tersebut terdapat bentuk tindak tutur direktif mengajak. Hal tersebut tampak dari penggalan kalimat "Yuk, cantik coba dicek...." Kata 'yuk' yang digunakan oleh *host live* merupakan kata ajakan untuk melakukan sesuatu. Dengan demikian, dengan adanya tuturan tersebut, diharapkan penonton tahu bahwa *host live* sedang mengajak para penonton untuk bersama-sama melihat etalase nomor 15. Selain itu, pemilihan kata 'cantik' dalam tuturan tersebut merupakan sebuah sapaan. *Host live* Wardah terkenal dengan penggunaan sapaannya yang feminim, seperti kata cantik, manis, sist, beb, sayang, dan cinta untuk menyapa penonton.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat mengajak banyak dipilih oleh *host live* karena dianggap mampu menghadirkan bentuk komunikasi yang persuasif untuk membangun suasana ramah dan interaktif. Pada kutipan data tersebut, terdapat penggalan kata "yuk...." sebagai penanda ajakan dari *host live* kepada penonton. Tuturan tersebut termasuk direktif karena adanya keinginan *host live* supaya penonton sebagai lawan tuturnya, dapat melakukan sesuatu yang dikehendaki *host live*, yaitu melihat produk yang ada di etalase nomor 15. Namun, supaya tuturan direktif tersebut terdengar lebih ramah, *host live* membungkusnya dalam kalimat ajakan agar penonton tidak sekadar merasa disuruh saja, tetapi juga merasa terlibat bersama dengan *host live* untuk melakukan kegiatan tersebut bersamaan. Dengan adanya suasana ramah dan interaktif dalam komunikasi jual beli *online* tersebut, diharapkan penonton lebih merasa nyaman untuk menyaksikan sesi *live streaming* dan bisa merasa bebas atau leluasa untuk bertanya seputar produk yang ingin dibeli.

Data (4)

Konteks: *Host live* sedang melakukan opening.

Host live: “Sambil nunggu temen-temen semuanya bergabung, yang belum follow, bantu difollow akun TikTok @wardahofficialnya dulu.”

Pada kutipan data (4) tersebut mengandung bentuk tindak tutur direktif meminta. Hal tersebut terlihat dari penggalan kalimat “...bantu difollow akun TikTok @wardahofficialnya...” Kalimat ‘bantu difollow’ adalah sebuah kalimat permintaan yang disampaikan oleh *host live* kepada penonton. Penonton yang diberikan permintaan oleh *host live* tidak semua penonton, melainkan hanya penonton dengan kriteria tertentu. Hal tersebut terdapat pada penggalan kalimat “...yang belum follow...” yang menunjukkan bahwa kriteria penonton yang diberi permintaan oleh *host live* hanya penonton yang belum memfollow akun TikTok @wardahofficial saja. Dengan menyampaikan permintaan tersebut, *host live* berharap bahwa semua penonton sesi *live streaming* tersebut sudah memfollow akun TikTok @wardahofficial sehingga tidak ketinggalan informasi mengenai produk *skincare* Wardah.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat meminta digunakan oleh *host live* karena dianggap lebih terdengar sopan dan ‘lunak’ daripada dengan kalimat perintah langsung. Pada penggalan kutipan “...bantu difollow akun TikTok...” menunjukkan adanya keinginan dari *host live* agar penonton melakukannya, tetapi diutarakan dengan cara yang terdengar lebih sopan tanpa ada unsur paksaan. Bentuk tuturan direktif meminta tersebut digunakan oleh *host live* karena juga dianggap dapat bisa menjaga proses interaksi dengan baik sehingga penonton merasa dihargai karena adanya permintaan atau permohonan dari *host live* yang terdengar ramah dan sopan. Selain itu, penggunaan kalimat meminta dalam tuturan direktif tersebut dapat menunjukkan bahwa *host live* tidak dalam posisi yang superior dibanding penonton sehingga diterapkan strategi kesantunan negatif tersebut, yaitu *host live* menginginkan penonton melakukan sesuatu sesuai dengan kalimatnya, tanpa harus terlihat memaksa.

Data (5)

Konteks: *Host live* sedang melakukan sesi *closing*.

Host live: “Kalau mau bobo, itu siap-siap pakai *skincare*, biar kulitnya terawat.”

Dari kutipan data (5) tersebut dapat diketahui adanya tindak tutur direktif menasihati yang terlihat dalam penggalan kalimat “...siap-siap pakai *skincare*...” Tuturan tersebut diucapkan oleh *host live* kepada penonton dengan maksud untuk menasihati agar penonton rutin menggunakan *skincare* sebelum tidur. Penggalan kalimat “*kalau mau bobo*...” dapat membuat para penonton secara tidak langsung mengetahui bahwa penggunaan *skincare* itu dapat dilakukan setiap hari, pada malam hari, sebelum tidur. Tuturan tersebut kuat menjadi sebuah alasan karena adalah penggalan kalimat “...*biar kulitnya terawat*” sebagai sebuah alasan *host live* memberikan nasihat perintah penggunaan *skincare* setiap malam tersebut.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat menasihati digunakan oleh *host live* karena dapat menunjukkan rasa kepedulan terhadap penonton. Dalam interaksi jual beli *online* tersebut, salah satu cara *host live* untuk menarik minat penonton membeli produknya adalah dengan cara menunjukkan rasa kepeduliannya. Pada data tersebut, terdapat penggalan kalimat “...*biar kulitnya terawat*” yang menunjukkan bahwa adanya rasa kepedulian *host live* kepada kulit penonton sehingga menginginkan penonton melakukan apa yang diinginkannya, yaitu menggunakan *skincare* sebelum tidur yang secara tidak langsung juga sudah mempromosikan dan menggiring penonton untuk membeli produk *skincare* khusus sebelum tidur. Tuturan direktif tersebut disampaikan dalam bentuk kalimat nasihat dengan harapan bahwa penonton dapat melakukan apa yang diucapkan oleh *host live*. Selain itu, dengan pemilihan bentuk kalimat menasihati tersebut dapat menunjukkan adanya pengetahuan *host live* tentang kebutuhan *skincare* penonton. Dengan menunjukkan rasa peduli tersebut, diharapkan penonton merasa nyama berinteraksi dengan

host live dan merasa percaya dengan semua perkataan *host live* sehingga minat untuk melakukan *check out* dan *payment* produk lebih besar peluangnya.

Data (6)

Konteks: *Host live* sedang memberikan anjuran kepada penonton di sesi diskusi.

Host live: “*Pokoknya temen-temen yang ada keluhan flek hitam, dark spot, bekas jerawat, ambilnya dari yang crystal secret.*”

Pada data (6), terdapat bentuk tindak tutur direktif menganjurkan. Bentuk tindak tutur tersebut dapat dilihat dari penggalan kalimat “...*ambilnya dari yang crystal secret*” *Host live* menuturkan anjuran tersebut sebagai jawaban dari pertanyaan penonton yang banyak menanyakan tentang *skincare* untuk menghilangkan flek hitam, dark spot, dan bekas jerawat. Dengan adanya tuturan tersebut, diharapkan penonton dapat mendapat pemahaman untuk membeli dan menggunakan produk Crystal Secret untuk mengatasi masalah kulit tersebut. Anjuran tersebut disampaikan oleh *host live* kepada penonton dengan penekanan. Hal tersebut dapat dilihat dari penggalan kalimat “*pokoknya temen-temen yang ada keluhan....*” menunjukkan bahwa tuturan anjuran tersebut wajib dilakukan untuk semua penonton yang memiliki permasalahan kulit tersebut. Kata ‘pokok’ dalam kalimat tersebut memberikan penekanan bahwa tidak ada produk lain yang tepat untuk mengatasi keluhan flek hitam, dark spot, dan bekas jerawat, kecuali series Crystal Secret.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat menganjurkan digunakan oleh *host live* karena dianggap dapat memberikan penekanan untuk setiap anjuran. Misal, pada kutipan data (6) terdapat kata “*pokoknya....*” yang menunjukkan bahwa tuturan *host live* tersebut punya penekanan yang kuat untuk dilakukan oleh penonton. Dengan adanya bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam kalimat menganjurkan tersebut, diharapkan dapat membantu *host live* dalam memberikan rekomendasi produk yang lebih baik kepada penontong sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan penonton terhadap produk *skincare* Wardah.

Data (7)

Konteks: *Host live* sedang memberikan peringatan kepada penonton di sela-sela sesi diskusi.

Host live: “*Temen-temen, ini bedaknya siapa cepat, dia dapat, ya. Bedaknya siapa cepat, dia dapat.*”

Pada data (7) terdapat bentuk tindak tutur direktif memperingatkan. Bentuk tindak tutur tersebut dapat dibuktikan melalui penggalan kalimat “...*Bedaknya siapa cepat, dia dapat*” Tuturan tersebut diungkapkan oleh *host live* kepada semua penonton *live streaming*. Pemilihan kata “*siapa cepat, dia dapat*” bisa termasuk ke dalam kalimat peringatan. Secara tidak langsung, dengan kalimat tersebut, *host live* sudah memberi peringatan kepada semua penonton untuk segera mengamankan produk bedaknya. Tidak semua orang bisa mendapatkan produk bedak tersebut, hanya penonton yang melakukan *check out* dan *payment* lebih awal atau lebih cepat yang bisa mendapatkan produk bedak tersebut. Dengan demikian, *host live* berharap, tuturan tersebut bisa membuat penonton yang tertarik ingin memiliki bedak tersebut, untuk segera membelinya.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat memperingati digunakan oleh *host live* karena dianggap dapat menunjukkan kepedulian *host live* kepada penonton. Dari data (8), terdapat penggalan kalimat “...*bedaknya siapa cepat, dia dapat....*” menunjukkan bahwa *host live* peduli dengan penonton yang ingin membeli bedak sehingga *host live* memberikan peringatan tersebut supaya penonton segera melakukan *check out* dan *payment*. Tuturan direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat peringatan tersebut hadir ketika *host live* ingin penonton melakukan sesuatu sesuai keinginannya, yaitu membeli

produk *skincare* dari Wardah. Bentuk kalimat direktif tersebut dipilih *host live* karena dapat berfungsi sebagai *preventif*, untuk menghindari potensi kesalahan dalam proses interaksi jual beli tersebut.

Data (8)

Konteks: *Host live* sedang memberikan penawaran kepada para penonton untuk konsultasi.

Host live: “Siapa lagi yang mau, boleh komen-komen. Siapa lagi yang mau, boleh komen-komen.”

Dari kutipan data (8) tersebut, menunjukkan adanya bentuk tindak tutur direktif menawarkan pada penggalan kalimat “*siapa lagi yang mau...*” Tuturan tersebut diucapkan oleh *host live* dengan tujuan untuk menawarkan kepada para penonton yang ingin berkonsultasi. Tuturan tersebut bukan sebuah paksaan, hanya sebuah penawaran bagi yang merasa membutuhkan, hal tersebut terlihat dari penggunaan kalimat “*siapa yang mau.*” Dengan demikian penonton diharapkan tahu dan melakukan konsultasi dengan cara menuliskan komentar di kolom komentar bagi penonton yang merasa ingin atau butuh informasi lebih dalam lagi.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat menawarkan digunakan oleh *host live* karena dianggap dapat menunjukkan ketersediaan dan fleksibilitas pilihan. Secara pragmatik, bentuk tuturan direktif yang dikemas dalam kalimat menawarkan ini menunjukkan adanya kesopanan *host live* kepada penonton, yaitu memberikan kesempatan kepada penonton untuk menentukan sesuatu yang sudah ditawarkan. Pada kutipan data tersebut, terdapat penggalan kalimat “*siapa lagi yang mau, boleh komen...*” adalah tuturan direktif yang diutarakan *host live* dengan tujuan penonton melakukan apa yang diinginkan oleh *host live*, yaitu berkomentar. Namun, agar keinginan tersebut terdengar lebih sopan saat diutarakan, maka *host live* menggunakan bentuk tindak tutur direktif menawarkan. *Host live* tidak memaksa penonton untuk berkomentar, tetapi *host live* berupaya untuk membuat penonton berkenan menuliskan komentar. Dengan dipilihnya bentuk tuturan tersebut, dapat membuat penonton merasa nyaman, dan meningkatkan peluang terwujudnya keinginan *host live* kepada penonton untuk melakukan suatu tindakan yang diharapkan.

Data (9)

Konteks: Ini adalah sesi tanya jawab antara *host live* dan penonton tentang salah satu produk yang *buy 2 get free keychain*.

Pembeli: “*kaa aku pengen lip pouchnya, lip pouch aku kmrn diambil tmn (emot nangis)*”

Host live: “*Buruan ambil karena ini cuman stock buat hari ini aja ya.*”

Dalam data (9) terdapat bentuk tindak tutur direktif mendesak. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui penggalan kalimat “*Buruan ambil...*” Pemilihan kata ‘buruan’ dalam kalimat tersebut memiliki arti ‘segera lakukan.’ Kata tersebut termasuk ke dalam kalimat desakan karena maksud secara keseluruhan dari kalimat ‘buruan ambil’ yang disampaikan oleh *host live* adalah penonton bisa segera mengambil produk *skincare* tersebut. Dilihat dari penggalan kalimat “*...karena ini cuman stock buat hari ini aja ya.*” menunjukkan bahwa latar belakan desakan *host live* kepada penonton untuk segera membeli produk tersebut adalah karena stok produk tersebut hanya untuk saat itu juga sehingga tidak ada stok pada waktu lainnya. Dengan adanya tuturan tersebut, diharapkan penonton yang menginginkan produk tersebut, dapat segera melakukan *check out* dan *payment*.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat mendesak digunakan oleh *host live* karena dianggap memiliki kekuatan ilokusi yang tinggi. Selain itu, pemilihan bentuk tersebut dikarenakan *host live* dapat lebih leluasa dalam memberikan

penekanan kepada penonton untuk segera melakukan tindakan yang diinginkan oleh *host live*. Pada data (9) tersebut, terdapat penggalan "*buruan ambil...*" yang menunjukkan bahwa *host live* sedang mengharap penonton mengambil produk dengan segera. Harapan tersebut disampaikan dalam bentuk tuturan direktif yang dikemas dengan kalimat desakan. Bentuk tuturan tersebut diujarkan dengan mengedepankan urgensi waktu atau durasi yang tidak panjang sehingga membuat penonton merasa terdesak harus segera melakukannya.

Data (10)

Konteks: Ini adalah sesi reminder. *Host live* sedang memberikan reminder kepada penonton untuk melarangnya marah.

Host live: "*Jadi buat temen-temen, kalau enggak kebagian, jangan marah-marah, ya.*"

Dalam data (10) terdapat bentuk tindak tutur direktif melarang yang terlihat melalui penggalan kalimat "...*jangan marah-marah, ya.*" Kata '*jangan*' yang digunakan dalam kalimat tersebut menunjukkan adanya larangan yang disampaikan *host live* kepada penonton. Tuturan tersebut diberikan oleh *host live* sebagai larangan agar penonton tidak marah jika tidak kebagian produk. Dengan diturkannya kalimat tersebut, *host live* berharap bahwa penonton bisa segera melakukan *check out* dan *payment* supaya mendapatkan produknya.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat melarang digunakan oleh *host live* karena dianggap mampu mencegah adanya kesalahan selama proses interaksi jual beli *online* tersebut. Kalimat larangan ini digunakan juga oleh *host live* sebagai bentuk imbauan kepada penonton untuk tidak melakukan sesuatu yang tidak diinginkan oleh *host live*. Pada kutipan data (10), terdapat penggalan kalimat "...*jangan marah-marah ya*" menunjukkan bahwa alasan lain dari penggunaan tuturan direktif dalam bentuk kalimat melarang tersebut juga sebagai upaya *host live* agar penonton melakukan keinginan *host live*, yaitu penonton tidak marah saat kehabisan produk serta segera *check out* dan *payment* produk *skincare* Wardah. Meskipun tuturan larangan tersebut beresiko terdengar kurang lembut, tetapi *host live* mengemasnya secara sopan. Dengan demikian, pemilihan bentuk tuturan tersebut, diharapkan dapat membantu mengontrol kelancaran proses interaksi jual beli *online*.

Data (11)

Konteks: Ini adalah sesi tanya jawab antara *host live* dan penonton.

Pembeli: "*ka eta 23 itu bisa gak si di gabung sama skincare kita ??*"

Host live: "*Kamu gabung sama niacinamide, alpha arbutin, juga boleh, ya.*"

Dalam data (11) terdapat bentuk tindak tutur direktif memperbolehkan. Bentuk tindak tutur tersebut dapat dilihat dari penggalan kalimat "*Kamu gabung sama niacinamide, alpha arbutin, juga boleh*" Penggunaan kata '*boleh*' dalam kalimat tersebut menunjukkan adanya tuturan kebolehan. Tuturan tersebut diujarkan oleh *host live* sebagai respons dari pertanyaan penonton.

Penggunaan bentuk tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk kalimat memperbolehkan digunakan oleh *host live* karena dianggap mampu menunjukkan adanya pemberian izin kepada penonton. Dengan tuturan direktif tersebut, *host live* berharap penonton sebagai lawan tuturnya, dapat melakukan hal-hal yang diinginkannya sesuai dengan izin dari *host live*. Hal tersebut dapat dilihat dari penggalan kutipan data (11) "...*juga boleh*" yang berarti *host live* berharap penonton untuk melakukan penggabungan antara dua bahan tersebut. Dengan diberikannya izin oleh *host live* tersebut maka akan memberikan keyakinan kepada penonton untuk membeli satu produk *skincare* lain yang memiliki kandungan bahan yang berbeda dengan *skincare* Wardah lain yang sudah lebih dahulu digunakan. Tuturan direktif memperbolehkan tersebut dipilih oleh *host live* karena dapat membuat penonton merasa diberi perhatian penuh tentang ketidaktahuannya terhadap bahan *skincare* sehingga

meningkatkan kemungkinan tindakan penonton selanjutnya untuk membeli satu lagi produk Wardah yang kemudian digunakan secara bersama.

Strategi Tindak Tutur Direktif oleh *Host Live* dalam Akun @Wardahofficial

Dalam proses komunikasi jual beli *online* di akun @wardahofficial ditemukan 386 bentuk tindak tutur yang digunakan oleh *host live*. Jumlah 386 tindak tutur tersebut masing-masing memiliki strategi yang digunakan oleh *host live* dalam proses berkomunikasi dengan penonton. Terdapat dua bentuk strategi yang ditemukan dalam tuturan tersebut, yaitu (1) implisit, langsung, literal, tersirat, dan (2) eksplisit, langsung, literal, tersurat. Perhatikan tabel berikut.

Tabel 2. Strategi Tindak Tutur Direktif oleh *Host Live* di @wardahofficial

Nomor	Strategi	Jumlah
1	implisit, langsung, literal, tersirat	39
2	implisit, langsung, literal, tersurat	347
Jumlah		386

Data (12)

Konteks: ini adalah sesi tanya jawab. *Host live* sedang memberikan perintah dalam bentuk peringatan kepada penonton.

Host live: “*Jangan sampai kalian ketinggalan dapatin harga-harga flash salenya.*”

Dari data (12) di atas, dapat diketahui adanya strategi implisit, langsung, literal, tersirat dalam penyampaian tuturan oleh *host live* pada sesi *live streaming* jual beli *online* di akun Tiktok @wardahofficial. Tindak tutur implisit, langsung, literal, tersirat, berarti tuturan tersebut diungkapkan tanpa menggunakan verba performatif, diungkapkan secara langsung dengan modus kalimat perintah, dan kalimat penyusunnya sesuai dengan maksudnya, tetapi lawan tutur perlu untuk menafsirkan lagi maksud tuturannya. Perhatikan empat contoh data tuturan yang menggunakan strategi tersebut.

Pada data (12), *host live* sedang memberikan tuturan perintah kepada penonton. Pada kalimat di atas tidak ada penggunaan verba performatif untuk mengungkapkan kalimat perintah tersebut sehingga digolongkan ke dalam strategi implisit. Kemudian, pada penggalan kalimat “*jangan sampai kalian ketinggalan....*” menunjukkan bahwa pengutaraannya sesuai dengan modus kalimatnya yang membuatnya termasuk ke dalam tuturan langsung, yaitu *host live* memerintah para penonton untuk jangan tertinggal untuk mendapatkan harga *flash sale* karena harga *flash sale* lebih murah daripada harga normal sehingga sangat sayang untuk dilewatkan. Selain itu, susunan kalimat tersebut sesuai dengan maksud tuturannya sehingga bersifat literal, yaitu kata ‘*jangan*’ pada penggalan kalimat ‘*jangan tertinggal....*’ sebagai larangan dari *host live* kepada penonton. Namun, tuturan tersebut berstrategi tersirat dalam penyampaiannya karena membuat penonton harus menafsirkan kembali maksud dari perkataan “jangan ketinggalan” dari *host live*, yaitu supaya penonton segera melakukan *check out* dan *payment* produk di harga *flash sale* tersebut.

Data (13)

Konteks: ini adalah sesi tanya jawab. *Host live* sedang memberikan perintah dalam bentuk peringatan kepada penonton.

Host live: “*Buat temen-temen nih yang lagi cari skincare yang bisa bikin kulit temen-temen cerah seketika, yang sudah ada tone upnya, yang sudah ada premierenya, ini wajib banget kalian check out, ya.*”

Dari data (13) di atas, dapat diketahui adanya strategi implisit, langsung, literal, tersurat dalam penyampaian tuturan oleh *host live* pada sesi *live streaming* jual beli *online* di

akun Tiktok @wardahofficial. Tindak tutur implisit, langsung, literal, tersurat, berarti tuturan tersebut diungkapkan tanpa menggunakan verba performatif, diungkapkan secara langsung dengan modus kalimat perintah, dan kalimat penyusunnya sesuai dengan maksudnya, serta lawan tutur tidak perlu untuk menafsirkan lagi maksud tuturannya.

Pada data (13), *host live* sedang memberikan tuturan perintah dalam bentuk anjuran kepada para penonton. Pada kalimat di atas, tidak ada penggunaan verba performatif untuk mengungkapkan kalimat perintah tersebut sehingga digolongkan ke dalam strategi implisit. Kemudian, pada penggalan kalimat "...ini wajib banget kalian check out, ya" menunjukkan bahwa pengutaraannya sesuai dengan modus kalimatnya yang membuatnya masuk ke dalam tuturan langsung, yaitu *host live* memberikan perintah dalam bentuk anjuran kepada penonton untuk melakukan checkout pada produk tersebut karena dapat mencerahkan kulit. Selain itu, susunan kalimat tersebut sesuai dengan maksud tuturannya sehingga bersifat literal. Namun, tuturan tersebut berstrategi tersurat dalam penyampaiannya karena membuat penonton bisa memahami maksud dan tujuan tuturannya tanpa harus menafsirkannya lagi, yaitu untuk *check out* produk itu bagi penonton yang sedang mencari *skincare* untuk mencerahkan kulit.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, didapatkan beberapa simpulan berikut. Tindak tutur direktif yang paling banyak digunakan oleh *host live* dalam *live streaming* jual beli *online* di akun Tiktok @wardahofficial adalah tuturan direktif dengan bentuk menyarankan sejumlah 87. Bentuk tuturan direktif menyarankan paling banyak digunakan oleh *host live* karena dalam proses jual beli *online* tersebut, sesi yang paling banyak dilakukan adalah sesi tanya jawab dan konsultasi atau berdiskusi. Penonton banyak mengajukan pertanyaan kepada *host live* mengenai produk yang ingin diketahui lebih lengkap sebelum membelinya. Dengan banyaknya pertanyaan dari penonton tersebut, *host live* akan lebih banyak memberikan jawaban dalam bentuk tuturan direktif menyarankan kepada penonton tentang produk-produknya. *Host live* harus menjawab pertanyaan tersebut dalam keterbatasan waktu hanya 120 menit, tetapi dapat dipastikan bahwa jawaban tersebut dapat membantu dan meyakini penonton untuk *check out* dan *payment* produk. Tuturan saran yang diberikan oleh *host live* akan sangat membantu penonton dalam menentukan atau meyakinkan pembelian produk tersebut. Selain itu, dominasi *host live* dalam menggunakan tindak tutur direktif menyarankan menunjukkan adanya upaya pembangunan proses komunikasi dengan penonton secara halus, sopan, dan tanpa ada unsur paksaan. Hal tersebut dikarenakan *host live* berkewajiban untuk membangun citra dan hubungan yang positif dan akrab dengan penonton sehingga membuat penonton merasa nyaman dan yakin untuk melakukan transaksi jual beli *online*. Dengan demikian, proses jual beli *online* tersebut akan berjalan dengan lancar.

Kemudian, strategi tuturan yang paling banyak digunakan oleh *host live* adalah implisit, langsung, literal, dan tersurat dengan jumlah 347 tuturan. Tuturan yang disampaikan secara langsung, literal, dan tersurat tersebut dikarenakan proses jual beli dilakukan secara *online* sehingga apa yang disampaikan oleh *host live* selaku penjual harus dapat diterima dan dipahami oleh penonton selaku pembeli dengan baik dan mudah dicerna. Selain itu, antara *host live* dengan penonton bukannya orang yang saling mengenal dan mengetahui karakteristiknya sehingga penggunaan tuturan yang bersifat literal, langsung, dan tersurat dianggap mampu mengatasi hal tersebut untuk menghindari kesalahpahaman dan memastikan transaksi jual beli *online* berjalan dengan lancar. Kemudian tuturan yang disampaikan secara implisit banyak ditemukan karena bisa membantu *host live* untuk menghadirkan suasana akrab dengan penonton tanpa perlu secara eksplisit menggunakan kalimat perintah yang dianggap lebih formal sehingga kurang bisa memunculkan suasana akrab antarkeduanya.

Saran

Analisis dalam penelitian ini hanya dilakukan terbatas pada bentuk tuturan direktif saja. Dengan adanya pembatasan ini, disarankan bagi peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini yang dilihat dari berbagai bentuk tuturan lainnya, seperti tuturan representatif, ekspresif, deklaratif, interogatif, dan komisif. Dengan hadirnya pembahasan dalam penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi untuk pembaca yang ingin mengetahui ragam tindak tutur jual beli yang dilakukan secara *online* melalui sesi *live streaming* di media sosial TikTok pada akun @wardahofficial.

REFERENSI

- Austin, J. L. (1995). *How To Do Things With Words* (J.O. Urmson (ed.); 2nd ed.). Oxford University Press.
- Basid, A. (2020).). *Pragmatik: Tindak tutur dan Implikatur*. Edulitera.
- Chaer, A. (2014). *Pragmatik: Perkenalan awal*. Rineka Cipta.
- Fatika, R. A. (2024). 8 Negara dengan Pengguna Tiktok Terbesar di Dunia. *GoodStats*. <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgl>.
- Halliday, M. Q. (1992). *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik Sosial*. Gadjah Mada University Press.
- Hariwijaya, M. (2015). *Metodologi dan Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi untuk Ilmu Sosial dan Humaniora*. Parama Ilmu.
- Hartono. (2019). *Metodologi Penelitian*. Zanafa Publishing.
- Howe, S. (2024). Main Reasons for Using Social Media. *Meltwater*. <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia>.
- Keegan, M. (2024). Top 10 beauty brands in Southeast Asia. *Campaign*. <https://www.campaignasia.com/article/top-10-beauty-brands-in-southeast-asia/498066>.
- Leech, G. (2014). *Principles of Pragmatics*. Routledge.
- Masruri, A., Winda Hafifah, A., Fiamanillah, F., & Fatmawati, F. (2023). Tindak Tutur Ekspresif Pembeli dalam Aplikasi TikTok. *Sajak: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Sastra, Bahasa, dan Pendidikan*, 2(3), 10–18. <https://journal.uir.ac.id/index.php/sajak/article/view/15240>.
- Nadar, F. X. (2009). *Pragmatik & Penelitian Pragmatik*. Graha Ilmu.
- Nurmaily, N. (2017). *Pragmatik: Teori dan Penerapannya dalam Pembelajaran Bahasa*. Deepublish.
- Populix. (2022). The Social Commerce Landscape in Indonesia. <https://info.populix.co/articles/report/the-social-commerce-in-indonesia/>.
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in The Theory of Speech Acts*. Cambridge University Press.
- Sihombing, C. I. G. (2024). Analisis Tindak Tutur Ilokusi pada Interaksi Penjual Pembeli Live TikTok Kajian Pragmatik Searle. *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan dan Bahasa*, 1(3). <https://journal.lpkd.or.id/index.php/Dilan>.
- Suharti, N. (2018). *Bahasa dalam Interaksi Jual Beli: Kajian Pragmatik*. Pustaka Pelajar.
- Wijana, I Dewa Putu., dan M. R. (2011). *Analisis Wacana Pragmatik (Kajian Teori dan Analisis)*. Yuma Pustaka.
- Wijana, I. D. P. (2021). *Dasar-Dasar Pragmatik*. Andi Offset.
- Yule, G. (2006). *Pragmatik*. Pustaka Pelajar.