



# Sambhasana: Seminar Nasional Bahasa, Sastra dan Pengajarannya

Volume 04

Agustus 2025

E-ISSN: 3026-7528

Page: 150-155

<https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/Shambhasana>

## Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif Pada Situs Belanja *Online TikTok Shop* Produk Kecantikan Skintific

Bella Tri Santi<sup>1\*</sup>, Bambang Eko Hari Cahyono<sup>1</sup>, Devi Cintia Kasimbara<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas PGRI Madiun, Indonesia

\*Corresponding Author: [bella\\_2102108026@mhs.unipma.ac.id](mailto:bella_2102108026@mhs.unipma.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui tindak tutur ekspresif dan direktif pada situs belanja *online TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif yang dipaparkan kedalam bentuk deskripsi menurut bahasa. teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, teknik simak, dan teknik catat. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Berdasarkan dari hasil analisis tujuh video yang diambil dari situs belanja *online TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific dan ditemukan tindak tutur Ekspresi sebanyak 46 tindak tutur yang terdiri dari 10 tindak tutur ucapan terima kasih dan 36 tindak tutur memuji, sedangkan tindak tutur direktif sebanyak 103 tindak tutur yang terdiri dari 34 tindak tutur memerintah, 15 tindak tutur memesan dan 54 tindak tutur pemberian saran; 2) Fungsi tindak tutur ekspresif yang ditemukan yakni tindak tutur ucapan terima kasih dan memuji sedangkan tindak tutur direktif terdiri dari memerintah, memesan dan pemberian saran; 3) Tindak tutur yang dominan muncul dari tujuh video di situs belanja *online TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific yakni tindak tutur direktif hal ini dikarenakan makna tindak tutur direktif untuk mempromosikan produk dan menarik pembeli agar melakukan tindakan tertentu terkait produk yang ditawarkan.

**Kata kunci:** Tindak Tutur, Ekspresif, Direktif

### PENDAHULUAN

Perubahan realitas sosial budaya masyarakat dalam berkomunikasi juga ditemukan dalam aspek ekonomi yaitu, perdagangan masyarakat tidak saja dilakukan dalam bentuk nyata di pasar, tetapi telah dilakukan dalam media-media sosial *TikTok*. *TikTok*, sebagai salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan pengguna tercepat di dunia, telah merespons tren ini dengan meluncurkan *TikTok Shop*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi pembelian secara langsung melalui konten video yang ditampilkan, tanpa harus keluar dari aplikasi (Zulkarnaen & Hermawan, 2025). Fenomena ini menandai pergeseran signifikan dalam dunia perdagangan digital, di mana konten hiburan tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai alat pemasaran dan penjualan yang efektif. *TikTok Shop* tidak hanya menjadi sarana belanja baru bagi konsumen, tetapi juga membuka peluang ekonomi digital bagi pelaku usaha kecil, kreator konten, dan merek lokal untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara lebih cepat dan efisien.

Peneliti memilih belanja *online TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific dikarenakan jangkauan audiens yang luas, potensi konten viral, dan pengalaman berbelanja yang interaktif. Selain itu, produk Kecantikan Skintific menjadi salah satu produk yang aktif dipasarkan *TikTok Shop*. Produk Kecantikan Skintific menjadi pilihan karena menggabungkan teknologi canggih dengan bahan alami untuk perawatan kulit yang efektif dan aman. Produk-produknya diformulasikan untuk berbagai jenis kulit, mulai dari kering, berminyak, kombinasi, hingga sensitif. Selain itu, Skintific dikenal dengan inovasi dalam setiap produknya dan harga yang terjangkau. Tren penggunaan produk kecantikan Skintific melalui *TikTok Shop* menunjukkan pertumbuhan yang positif, didorong oleh strategi pemasaran yang efektif, ulasan positif, dan fitur live shopping yang menarik. Skintific berhasil memanfaatkan *TikTok* sebagai platform untuk membangun brand awareness, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mendorong keputusan pembelian.

Hal ini berarti bahwa media sosial memungkinkan pengalihan komunikasi dari komunikasi tutur (lisan) ke komunikasi tulis. Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi merupakan kajian dari ilmu pragmatik, yaitu ilmu tentang makna yang disampaikan oleh penutur (penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar atau pembaca (Yule, 2019). Jadi, pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi.

Pentingnya tindak tutur sebagai penggunaan bahasa Indonesia dalam komunikasi sehari-hari yang dapat menjadi perantara komunikasi seperti tindak tutur ekspresif. Searle (dalam Masruri *et al.*, 2023) mengatakan bahwa tindak tutur ekspresif yang harus diterapkan dengan tepat agar tuturannya dapat dimaknai sebagai penilaian terhadap hal yang dibicarakan dalam tuturan yang bersangkutan. Penelitian yang dilakukan oleh Warah & Satini, (2022) menjelaskan bahwa ditemukan tiga bentuk tindak tutur ekspresif yaitu mengucapkan terima kasih, meminta maaf, dan menyesalkan. Hal ini mengindikasikan bahwa pembeli mengungkapkan atau mengutarakan isi hati kepada penjual mengenai produk yang telah dibeli.

Tindak tutur selanjutnya dalam penelitian ini yaitu tindak tutur direktif. Andriarsih & Budiasih, (2020) menjelaskan bahwa tindak tutur direktif yaitu tindak tutur yang bertujuan menghasikan suatu efek berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur. Jadi, tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Andriarsih & Budiasih, (2020) yang menjelaskan bahwa ada penggunaan tindak tutur direktif yang terdapat pada *whatsapp* pembeli dan penjual berupa, meminta, memerintah, menasehati, memesan, dan merekomendasikan. Penelitian yang dilakukan oleh Wati *et al.*, (2022) yang menjelaskan bahwa ada tindak tutur direktif dalam tuturan penjual dan pembeli, yang meliputi bentuk tindak tutur direktif perintah, pemesanan, dan pemberian saran. Pada bentuk pemberian saran, tidak ditemukan tuturan yang bersifat positif maupun negatif.

Pengamatan yang dilakukan di belanja online *TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific menunjukkan bahwa pelanggan memberikan rating atau penilaian kepada toko terkait produk yang telah mereka beli. Pembeli yang mengevaluasi produk ini akan merasa berguna untuk memberi tahu publik tentang kualitas toko yang baik. Penilaian yang diberikan pun beragam macamnya, guna untuk memberitahukan kepada calon pembeli agar lebih memilih dalam membeli barang yang diinginkan. Agar citra toko penjual tidak jelek dimata pembeli, baik itu segi ukuran produk, pelayanan yang diberikan, waktu pengiriman, dan pemeliharaan varian yang dijual dari toko tersebut.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif yang dipaparkan kedalam bentuk deskripsi menurut bahasa. teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, teknik simak, dan teknik catat. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik teknik triangulasi. Prosedur penelitian dilaksanakan melalui tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penyelesaian. Pada tahap persiapan, peneliti menyiapkan instrumen berupa *smartphone*, buku, dan alat tulis, melakukan dokumentasi rekaman tayangan *live TikTok Shop* produk kecantikan Skintific, mengumpulkan referensi yang relevan, serta menyusun rancangan penelitian. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan mengumpulkan data melalui telaah referensi dan dokumentasi, memilah data yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengolah data dengan mendengarkan rekaman, mencatat bentuk tindak tutur ekspresif dan direktif, mengelompokkan data, dan menganalisisnya menggunakan triangulasi. Selanjutnya, tahap penyelesaian dilakukan dengan melakukan pengecekan ulang data, menyusun hasil analisis secara deskriptif, serta menyusun laporan penelitian secara lengkap sesuai pedoman penulisan ilmiah.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **1. Jenis Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif pada Situs Belanja *Online TikTok Shop* Produk Kecantikan Skintific**

Hasil penelitian yang pertama, yaitu terkait jenis tindak tutur ekspresif dan direktif pada situs belanja *online TikTok Shop* produk kecantikan Skintific. Tindak tutur ekspresif pada situs belanja *online TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific dapat berupa ungkapan perasaan dan sikap penjual terhadap pembeli atau sebaliknya, sebagai contoh penjual bisa mengungkapkan rasa terima kasih atas pesanan, meminta maaf atas keterlambatan pengiriman, atau memuji produk yang dibeli. Pembeli juga bisa mengungkapkan kepuasan atas produk, kekecewaan, atau memberikan umpan balik terkait pengalaman belanja mereka.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa dalam menganalisis 7 video dari situs belanja *online TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific dan ditemukan tindak tutur Ekspresi sebanyak 14 tindak tutur yang terdiri dari 10 tindak tutur ucapan terima kasih dan 4 tindak tutur memuji. Berikut merupakan hasil analisis tindak tutur ekspresif ucapan terima kasih pada pada situs belanja online *TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific, sedangkan untuk ditemukan tindak tutur direktif sebanyak 103 tindak tutur yang terdiri dari 34 tindak tutur memerintah, 15 tindak tutur memesan dan 54 tindak tutur pemberian saran.

Dalam penelitian ini, tindak tutur direktif menjadi dominan tuturan yang ditemukan tidak lain dikarenakan tujuan tindak tutur direktif untuk menarik pembeli berfungsi untuk mengarahkan, membujuk, atau

mendorong pembeli untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Tindak tutur ini bisa berupa permintaan, ajakan, perintah, atau saran yang disampaikan oleh penjual untuk memengaruhi keputusan pembeli.

## 2. Fungsi Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif pada Situs Belanja *Online TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait tindak tutur ekspresif dan direktif pada situs belanja *Online TikTok Shop* produk Kecantikan Skintific, ditemukan bahwa tindak tutur direktif cenderung digunakan lebih banyak daripada tindak tutur ekspresif. Hal ini sebagaimana dengan fungsi dari tindak tutur direktif yakni untuk mempengaruhi atau meminta lawan tutur melakukan sesuatu. Tindak tutur direktif bertujuan agar pendengar melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan tersebut. Tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dilakukan penuturnya dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturannya. Selain menyampaikan suatu tuturan, tindak tutur ini juga meminta mitra tutur untuk melakukan sesuatu hal.

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan sebanyak 103 tindak tutur yang terdiri dari 34 tindak tutur memerintah, 15 tindak tutur memesan dan 54 tindak tutur pemberian saran. Berikut merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dalam menganalisis video terkait situs belanja *online TikTok Shop* produk kecantikan Skintific terkait fungsi tindak tutur direktif pemberian saran.

## 3. Makna Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif pada Situs Belanja *Online TikTok Shop* Produk Kecantikan Skintific

Makna yang terdapat dalam penelitian ini yakni terkait dengan tindak tutur pada situs belanja *Online TikTok Shop* Produk Kecantikan Skintific dapat dianalisis dari berbagai sudut pandang, termasuk tindak tutur direktif (ajakan/perintah), ekspresif (ungkapan perasaan). Tindak tutur merupakan hal yang penting dalam menjelaskan atau menggambarkan situasi seseorang, di mana dalam aktifitas tutur selalu terjadi tindak tutur. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Wiyatasari, (2015) yang menyatakan bahwa komponen penting dari situasi tutur adalah tindak tutur. Selain itu menurut Setyoningtyas, et al., (2022) yang menyatakan bahwa Dalam peristiwa tutur pasti terjadi tindak tutur. Tindak tutur merupakan suatu tindakan berbicara kepada mitra tutur

Konteks bertutur sangat memengaruhi makna dan pesan yg terkandung pada tindak tutur. Oleh karena itu, tindak tutur pada jual beli online menarik, karena tidak hanya unik dan khas melainkan juga berhubungan sosial antara penjual dan pembeli seperti kesepakatan, kerja sama, mediasi dan toleransi. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Fitriani (2021) yakni mengingat bahwa jual beli daring dilakukan sang penjual dan pembeli yang saling berjauhan, maka tindak tutur yang baik sangat berpengaruh untuk menciptakan kepercayaan pembeli sehingga akhirnya membeli produk yang ditawarkan.

Tindak tutur dalam TikTok, seperti halnya dalam interaksi sosial lainnya, memiliki berbagai makna yang dapat diambil tergantung pada konteksnya. Tindak tutur bisa berupa perintah, pertanyaan, saran, ekspresi perasaan, atau bahkan sindiran. Tindak tutur dapat digunakan dalam situasi apapun. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Chaer, (2017) menjelaskan bahwa tindak tutur adalah kemampuan orang dalam menggunakan bahasa berdasarkan situasi tertentu. Melalui tindak tutur, pengguna *TikTok* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengekspresikan identitas, emosi, dan menjalin interaksi dengan pembeli.

Dalam penelitian ini pihak produk kecantikan Skintific sengaja mempromosikan produk kecantikan Skintific dengan media situs belanja online *TikTok Shop* yang marak dikalangan masyarakat. Sehingga hal ini tentu memudahkan bagi pihak produk kecantikan Skintific dalam mempromosikan produknya. Strategi lain dalam mempromosikan produk kecantikan Skintific, yakni dengan menggunakan tindak tutur ekspresif dan direktif guna menarik perhatian dan dapat mengajak pembeli di situs belanja *online TikTok Shop* untuk membeli produk kecantikan Skintific.

## PEMBAHASAN

### 1. Jenis Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif pada Situs Belanja *Online TikTok Shop* Produk Kecantikan Skintific

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti terkait tindak tutur ekspresif dan direktif pada situs belanja online *TikTok Shop* produk kecantikan Skintific menunjukkan bahwa jenis tindak tutur direktif cenderung sering digunakan dalam promosi atau melakukan penjualan di situs belanja *online TikTok Shop* produk kecantikan Skintific. Hal ini dikarenakan tindak tutur direktif dalam menarik pembeli berfungsi untuk mempengaruhi pembeli agar melakukan tindakan yang diinginkan penjual, seperti membeli produk atau

menggunakan jasa. Tindak tutur direktif ini mencakup berbagai bentuk seperti perintah, permintaan, ajakan, saran, dan lain sebagainya, yang semuanya bertujuan untuk memicu respons dari pembeli.

Sebagaimana dalam video situs belanja *online Tiktok Shop* produk kecantikan Skintific yang menggunakan tindak tutur direktif guna menarik dan mempromisikan produknya kepada pembeli. Sehingga pembeli tertarik lalu membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan dari hasil analisis tindak tutur direktif yang dominan muncul atau sering digunakan di situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific yakni tindak tutur direktif mengenai pemberian saran. Hal ini dikarenakan, tindak tutur pemberian pendapat, bersifat asertif dan direktif, menarik minat pembeli karena memberikan rasa percaya diri, arahan, dan dorongan untuk bertindak. Penjual yang menggunakan tindak tutur ini berhasil menciptakan suasana yang lebih meyakinkan dan personal, sehingga pembeli merasa lebih terhubung dan termotivasi untuk membeli.

Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Andriarsih & Budiasih, (2020) menjelaskan bahwa tindak tutur direktif yaitu tindak tutur yang bertujuan menghasikan suatu efek berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur. Jadi, tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan tersebut. Tindak tutur direktif adalah jenis tindak tutur yang dipakai penutur untuk melakukan sesuatu (Yule, 2019).

Berbeda halnya dengan tindak tutur ekspresif yang kurang dominan atau cenderung jarang digunakan di situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific. Hal ini dikarenakan tindak tutur ekspresif, seperti menyampaikan emosi atau perasaan, pada umumnya tidak secara langsung menarik pembeli karena fokusnya bukan pada transaksi jual beli, melainkan pada perasaan penutur. Tindak tutur ini lebih terkait dengan aspek interpersonal dan komunikasi sosial, bukan pada aspek komersial.

Hal ini sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Balqis Alyamayadita (2025) menyatakan bahwa 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.

## **2. Fungsi Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif pada Situs Belanja *Online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat fungsi tindak tutur ekspresif dan direktif pada situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific. Adapun fungsi tindak tutur ekspresif antara lain: 1) fungsi tindak tutur ekspresif terima kasih; 2) fungsi tindak tutur ekspresif mengucapkan selamat; 3) fungsi tindak tutur ekspresif meminta maaf dan memberi maaf; 4) fungsi tindak tutur ekspresif mengecam; 5) fungsi tindak tutur ekspresif memuji; 6) fungsi tindak tutur ekspresif menyalahkan; 7) fungsi tindak tutur ekspresif berbela sungkawa.

Diantara fungsi fungsi tindak tutur ekspresif tersebut terdapat fungsi yang dominan muncul di video situs belanja *online Tiktok Shop* produk kecantikan Skintific yakni fungsi tindak tutur ekspresif memuji dan fungsi tindak tutur ekspresif ucapan terima kasih. Tindak tutur memuji dapat memengaruhi pembeli melakukan keputusan pembelian di situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific, hal ini dikarenakan fungsi tindak tutur ekspresif memuji dapat menciptakan kesan positif terhadap produk atau penjual, membangun hubungan baik, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Pujian dapat membuat pembeli merasa dihargai dan lebih cenderung melakukan pembelian.

Di samping itu, tindak tutur ucapan terima kasih (ekspresif) dapat mempengaruhi pembelian karena dapat menciptakan hubungan positif antara penjual dan pembeli sehingga secara otomatis akan menarik pembeli di situs belanja *online Tiktok Shop* produk kecantikan Skintific untuk membeli produk. Ungkapan terima kasih menunjukkan penghargaan atas kepercayaan dan transaksi yang dilakukan, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian ulang atau rekomendasi.

Adapun fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan dalam video situs belanja *online Tiktok Shop* produk kecantikan Skintific dalam penelitian antara lain: 1) fungsi tindak tutur direktif memerintah; 2) fungsi tindak tutur direktif memesan; 3) fungsi tindak tutur direktif memohon; 4) fungsi tindak tutur direktif Pemberian saran. Dalam penelitian ini fungsi tindak tutur direktif yang menjadi dominan yakni fungsi tindak tutur direktif pemberian saran. Hal ini dikarenakan fungsi tindak tutur direktif pemberian saran adalah ujaran yang

mengandung saran atau anjuran dari penutur kepada lawan bicara. Tindak tutur ekspresif adalah jenis tindak tutur yang digunakan untuk mengungkapkan perasaan atau sikap psikologis penutur terhadap suatu hal atau peristiwa.

Fungsi utamanya adalah untuk mengekspresikan emosi, baik itu positif maupun negatif, seperti senang, sedih, marah, kecewa, dan sebagainya. Sehingga, dengan adanya pemberian saran yang dilakukan oleh Host Live di situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific akan membantu pembeli untuk mempertimbangkan produk yang akan dibeli. Adapun fungsi tindak tutur direktif fungsi tindak tutur direktif pemberian saran memiliki manfaat untuk memberikan rekomendasi atau usulan kepada lawan bicara agar mereka dapat mempertimbangkan tindakan atau keputusan yang lebih baik. Ini bisa membantu lawan bicara dalam menyelesaikan masalah, mencapai tujuan, atau meningkatkan situasi mereka.

Selain itu, fungsi tindak tutur yang juga dominan muncul di situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific, fungsi tindak tutur direktif memerintah. Hal ini dikarenakan tindak tutur direktif perintah yang digunakan oleh *influencer* memiliki beberapa manfaat, terutama dalam konteks pemasaran dan promosi. Manfaat utamanya adalah untuk mengarahkan *audiens* agar melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk, mengikuti akun media sosial, atau berpartisipasi dalam kampanye.

### 3. Makna Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif pada Situs Belanja *Online Tiktok Shop* Produk Kecantikan Skintific

Tindak tutur ekspresif dalam promosi produk mengacu pada penggunaan bahasa yang bertujuan untuk menyampaikan perasaan, emosi, atau sikap dari produsen atau pemasar terhadap produk yang ditawarkan, serta bagaimana produk tersebut dapat memengaruhi atau memberikan dampak positif bagi konsumen. Sedangkan tindak tutur direktif dalam promosi produk adalah strategi komunikasi yang digunakan untuk mendorong atau mengarahkan audiens agar melakukan tindakan tertentu terkait produk yang ditawarkan, seperti membeli, mencoba, atau menggunakan produk tersebut.

Adapun makna keterkaitan antara tindak tutur ekspresif dan direktif dan situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific yakni dengan menggunakan tindak tutur ekspresif, pemasar berusaha membangun keterikatan emosional antara produk dan konsumen. Misalnya, iklan yang menggunakan bahasa yang bersemangat dan antusias dapat menciptakan kesan positif dan membuat konsumen merasa tertarik untuk mencoba produk tersebut. Selain itu dengan adanya tindak tutur direktif dalam promosi bertujuan untuk memengaruhi perilaku konsumen. Penutur (misalnya, seorang penjual atau pembuat iklan) menggunakan bahasa untuk mengarahkan audiens agar melakukan tindakan yang diinginkan.

Sebagaimana dalam penelitian ini, dimana produk Kecantikan Skintific menggunakan situs belanja *online Tiktok Shop* untuk memasarkan produknya. Di mana tiktokers atau pihak produk Kecantikan Skintific juga menggunakan metode tindak tutur ekspresif dan tindak tutur direktif untuk menarik dan mengajak pembeli membeli produknya melalui akun media *TikTok Shop*.

### KESIMPULAN

Berkaitan dengan analisis dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut. Berdasarkan dari hasil analisis 7 video yang diambil dari situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific dan ditemukan tindak tutur Ekspresi sebanyak 10 tindak tutur yang terdiri dari 10 tindak tutur ucapan terima kasih dan 34 tindak tutur memuji, sedangkan tindak tutur direktif sebanyak 103 tindak tutur yang terdiri dari 34 tindak tutur memerintah, 15 tindak tutur memesan dan 54 tindak tutur pemberian saran. Fungsi tindak tutur ekspresif yang ditemukan yakni tindak tutur ucapan terima kasih dan memuji sedangkan tindak tutur direktif terdiri dari memerintah, memesan dan pemberian saran. Tindak tutur yang dominan muncul dari 7 video di situs belanja *online Tiktok Shop* produk Kecantikan Skintific yakni tindak tutur direktif hal ini dikarenakan makna tindak tutur direktif untuk mempromosikan produk dan menarik pembeli agar melakukan tindakan tertentu terkait produk yang ditawarkan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, C. P., & Tressyalina, T. (2024). Tindak Tutur Ekspresif Guru Bahasa Indonesia dalam Pembelajaran di SMP Negeri 11 Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3833–3841.
- Andriarsih, L., & Budiasih, K. (2020). Tindak Tutur Direktif dalam Interaksi Penjual dan Pembeli Online Shop di Media Sosial Whatsapp. *La-Tahzan: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(2), 251–263.
- Astri, N. D., Panggabean, K., & Nasution, A. A. (2024). Tindak Tutur Ilokusi Direktif Dalam Interaksi. *Jurnal Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 12(2), 97–114.

Chaer, A. (2017). *Sosiolinguistik*. Rineka Cipta.

Maryati, Y., & Rika, N. (2023). Tindak Tutur Ekspresif Dalam Akun Tiktok @Shabiraalula&Ayah. *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah*, 13(2), 868–882.

Masruri, A., Hafifah, A. W., Fiamanillah, & Fatmawati. (2023). Tindak Tutur Ekspresif Pembeli dalam Aplikasi Tiktok. *SAJAK: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Sastra, Bahasa, Dan Pendidikan*, 2(3), 10–18.

Oktavia, S., Suwandi, S., & Setiawan, B. (2020). Directive Speech Act in Interactive Videos of Indonesian Language Learning in Senior High School. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(11), 157. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i11.2163>

Saputri, U. I., & Rahmawati, L. E. (2020). Analisis Bentuk Tindak Tutur Direktif dalam Dialog Film “Rembulan Tenggelam di Wajahmu” Karya Tere Liye. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Dan Pengajaran (KIBASP)*, 3(2), 249–260. <https://doi.org/10.31539/kibasp.v3i2.1182>

Setyorini, R. (2017). Deskripsi Implikatur Fenomena Meme di Instagram dan Implementasinya Sebagai Bahan Ajar Teks Anekdote. *Jurnal Bahtera*, 4(8), 1–8. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0A>

Warah, M., & Satini, R. (2022). Tindak Tutur Ekspresif Pembeli dalam Aplikasi Shopee. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 10(1), 95–102. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/ibs/article/view/116837>

Wati, L., Maspaitella, M., & Lelapary, H. L. (2022). Tindak Tutur Direktif Penjual dan pembeli dalam Grup Facebook Kobisonta Dagang. *Arbitrer*, 4(3), 779–788.

Wiyatasari, R. (2015). Teknik Penerjemahan Tindak Tutur Direktif Dalam Cerpen Doktor Sihir Karya Iwaya Sazanami Dan Larilah Melos Karya Dazai Osamu. *Izumi*, 4(2), 42. <https://doi.org/10.14710/izumi.4.2.42-55>

Yule, G. (2019). *Pragmatik*. Pustaka Pelajar.

Zulkarnaen, Z., & Hermawan, A. (2025). Social Commerce 2.0: TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital. *Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 285–295. <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i2.1791>