

TINDAK TUTUR DALAM BAHASA *MARKETING* DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* KAJIAN PRAGMATIK

Yenni Yulianti¹, Muh. Safar², Irna Fitriana³

yennyulianti24@gmail.com¹, safarmuhammad785@gmail.com², irnafitriana7@gmail.com³

Universitas Muhammadiyah Bone

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Objek pada penelitian ini bahasa *marketing* di media sosial *facebook*. Data dalam penelitian ini mencakup data utama yaitu tindak tutur dalam *caption* akun penjual *online* dan data pendukung tanggapan atau komentar pembeli dengan penjual yang terdapat dalam akun jual beli *online* yang ada di media sosial *facebook*. Instrumen penelitian ini menggunakan *handphone* untuk mendapatkan data tuturan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah membaca dan menyimak, memilah dan memilih data, mendokumentasikan data dan studi pustaka. Teknik dalam menganalisis data peneliti menggunakan teknik transkripsi data, klasifikasi, dan tahap deskripsi. Hasil penelitian yang di dapat penulis terdapat tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* berbentuk tulisan dan lisan. Dalam penelitian terdapat tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi berupa tindak tutur komisif (menawarkan dan menjanjikan), tindak tutur direktif (menyarakan, pertanyaan, memesan, memohon, memerintah, meminta), tindak tutur deklaratif (memutuskan), tindak tutur ekspresif (memuji) dan tindak tutur perlokusi.

Kata Kunci: Tindak Tutur, Bahasa *Marketing*, Pragmatik, *Facebook*.

ABSTRACT

This research aims to describe the form of speech acts in marketing language on facebook social media. The type of research used in this research is qualitative research. The object of this research is marketing language on facebook sosial media. The data in this research includes main data, namely speech acts in online seller account captions and supporting data on buyers responses or comments with sellers contained in online buying and selling accounts on facebook sosial media. This research instrument uses cellphones to obtain speech data. Data collection techniques used in this research are reading and listening, sorting and selecting data, documenting data and literature study. Techniques for analyzing research data using data transcription techniques, classification, and description stages. The research results obtained by the author show locutionary, illocutionary and perlocutionary speech acts in marketing language on facebook sosial media in written and spoken form. In the research there are locutionary speech acts, illocutionary speech acts in the from of commissive speech acts (offering and promising), directive speech acts (suggesting, asking, ordering, requesting, ordering, requesting) declarative speech acts (deciding), expressive speech acts (praising) and perlocutionary speech acts.

Keywords: *Speech Acts, Marketing Language, Pragmatics, Facebook.*

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman bahasa itu sangat penting dalam hal berkomunikasi dan mempermudah melakukan interaksi satu sama yang lain terutama banyak masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai alat dalam berkomunikasi. Bloomfield dalam Sumarsono dan Partana Paina (2002:18) berpendapat bahwa bahasa sistem lambang bunyi yang bersifat semau-maunya yang digunakan anggota masyarakat agar dapat saling berinterkasi atau berkomunikasi. Bahasa tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat pemakainya. Transaksi jual beli *online* di media sosial salah satu pembuktian bahwa bahasa alat komunikasi yang khas dan unik.

Penggunaan bahasa dalam berkomunikasi termasuk kajian ilmu pragmatik. Leech dalam Jumanto (2017:39) pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari suatu tuturan yang mempunyai makna dalam situasi. Ujaran yang menjadi ucapan kata perkata yang diujarkan penulis atau penutur dan seseorang yang mengajak bicara yang memiliki maksud atau tujuan pada suatu keadaan tertentu yang sedang berlangsung. Adapun salah satu kajian dalam pragmatik yaitu tindak tutur. Tindak tutur adalah bagian dari pragmatik yang mengikutsertakan penulis, pembaca, pembicara, pendengar dan hal yang dibicarakan. Searle dalam Rusminto (2009:74-75) berpendapat bahwa tindak tutur sebuah ilmu yang membahas makna dalam suatu bahasa berdasarkan tindakan dan tuturan penuturnya. Jenis-jenis tindak tutur menurut Searle (1983) dibagi menjadi 3 yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi dan tindak tutur perlokusi.

Phillip Kotler dan Kevin Keller mengatakan bahwa media sosial adalah media yang dimanfaatkan seseorang untuk memberitahukan informasi seperti gambar, video, teks, dan audio dengan berbagai pengguna atau dengan suatu perusahaan. Media sosial yang paling banyak digunakan yaitu media sosial *facebook* karena hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Andi Saputra *facebook* berada pada urutan kedua sosial media yang digunakan setelah *whatsapp*. Menurut Wahyuni (2015:118) menyatakan bahwa *facebook* ialah media sosial yang paling sering digunakan dalam masyarakat Indonesia sehingga media sosial *facebook* mampu menjadi wadah untuk pemasaran produk secara *online* untuk para pembisnis.

Melalui fitur yang dimiliki *facebook* dapat memudahkan untuk memasarkan produk, seperti *facebook marketing* dengan menggunakan berbagai macam tindak tutur. Menurut Laksana (2019:1) *marketing* ialah proses berkomunikasi antara bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan suatu transaksi produk barang atau jasa. Proses transaksi jual beli di *facebook marketing*, penjual dan pembeli menyampaikan tindak tutur yang sangat beragam. Dalam transaksi pembeli dan penjual menunjukkan tindak tutur berbahasa Indonesia, semacam menyampaikan pernyataan seperti memberitahukan sesuatu, memohon, menjelaskan, mengusulkan dan lain-lain.

Dalam mengucapkan suatu tuturan pasti terdapat maksud tidak hanya menyampaikan tuturan tersebut sehingga terdapat istilah tindak tutur. Dengan melakukan transaksi jual beli di *facebook marketing* umumnya penjual menyampaikan sebuah tuturan untuk menarik perhatian pembeli. Penjual dan pembeli memanfaatkan strategi dalam menyampaikan tuturan untuk memperoleh keuntungan dalam proses jual beli *online*. Contoh tindak tutur pada bahasa *marketing* di media sosial *facebook* yaitu tindak tutur komisif (menawarkan) pada *caption* dari akun Fhyra Aqila dengan konteks “silahkan order bun” dan tindak tutur direktif (pertanyaan) dari akun Ledy Wati dikolom komentar dengan konteks “*ready* kah”. Dilihat dari latar belakang, maka peneliti tertarik untuk menganalisis Tindak Tutur Dalam Bahasa *Marketing* Di Media Sosial *Facebook*.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif langkah dalam penelitian untuk memperoleh data-data deskriptif yakni bahasa tertulis dan lisan dari pelaku atau orang-orang yang diamati. Jenis penelitian ini menelaah dokumen dan menganalisis informasi yang telah didokumentasikan dalam bentuk tulisan atau gambar. Dengan demikian, penelitian ini mendeskripsikan bentuk-bentuk tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*. Objek penelitian ini ialah tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*.

Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data utama dan data pendukung. Data utama yang dijadikan sebagai bahan analisis yaitu tindak tutur dalam *caption* akun

penjual *online* yang ada di media sosial *facebook*. Sedangkan data pendukungnya yaitu tanggapan atau komentar-komentar antara pembeli dengan penjual yang ditemukan pada akun jual beli *online* di media sosial *facebook*.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data dari penelitian yang diperoleh secara langsung peneliti khususnya untuk tujuan memecahkan masalah dari penelitian. Adapun data dalam penelitian berasal dari data utama yaitu tindak tutur dalam bahasa *marketing* yang terdapat pada akun jual beli *online* di media sosial *facebook*. Data sekunder ialah data yang dihasilkan secara tidak langsung melainkan melalui suatu perantara seperti dokumen, catatan-catatan, dan sumber kepustakaan. Peneliti akan memanfaatkan berbagai referensi yang terdapat pada buku dan *website* sebagai acuan dan penguatan data.

Instrumen di dalam penelitian ini, peneliti sebagai instrumen kunci. Selain dari peneliti adapun instrumen atau alat penelitian utama juga dibutuhkan untuk mengembangkan penelitian ini seperti *handphone* yang digunakan untuk mendapatkan data tuturan dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*, aplikasi *screenshot* digunakan untuk mengambil tampilan layar tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*, pulpen digunakan untuk mencatat bentuk data pengembangan penelitian, dan buku sebagai catatan dari semua hasil penelitian.

Teknik mengumpulkan data proses yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah data kemudian dijadikan sebuah bahan dalam penelitian. Teknik yang dilakukan dalam proses penelitian perlu dilaksanakan dengan maksimal agar tujuan dari penelitian dapat tercapai. Adapun teknik yang dilakukan peneliti dalam tahap mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

a. Membaca dan menyimak

Membaca dan menyimak tindak tutur yang terdapat dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*.

b. Memilah dan memilih data

Data dipilih yang terindikasi sebagai tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*. Data dipilih berdasarkan rumusan masalah yang diteliti dan mempertimbangkan konteks tuturan.

c. Mendokumentasikan data

Tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* didokumentasikan dengan cara mengambil sebuah gambar tuturan bahasa *marketing* dengan menggunakan aplikasi *screenshot*.

d. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah sebuah pembahasan yang berkaitan pada buku referensi dengan tujuan untuk menambah materi pembahasan.

Teknik dalam menganalisis data dilaksanakan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan tujuan memahami tindak tutur yang digunakan dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*. Dengan demikian peneliti melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Transkripsi data, ketika penulis sudah mendapatkan data tuturan dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* hasil rekaman atau aplikasi *screenshot*, kemudian penulis memindahkan data dengan mengetik atau menuliskan semua data yang diperoleh berdasarkan tuturan yang diujarkan.

b. Klasifikasi digunakan apabila akan mengklasifikasi bentuk tindak tutur yang ada dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*.

c. Tahap deskripsi, peneliti pada tahap ini menjelaskan sebuah bentuk tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* sesuai dengan hasil data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pada penelitian ini mencakup dua hal yaitu tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* dalam bentuk tulisan (*caption* dan komentar) dan tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* dalam bentuk lisan (*live*). Pada penelitian ini dideskripsikan bentuk-bentuk tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* yaitu sebagai berikut:

A. Tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* dalam bentuk tulisan (*caption* dan komentar)

1. Tindak Tutur Lokusi

Data 1

“*ready* 12 warna” (*caption* akun *facebook* Vhemmy Anoegrah)

Tuturan pada data 1 termasuk tindak tutur lokusi sebab tuturan yang diujarkan hanya memberikan informasi kepada seluruh *konsumen* Vhemmy Anoegrah.

2. Tindak Tutur Ilokusi

a) Tindak tutur komisif

1) Tindak Tutur Komisif Menjanjikan

Data 2

“Tas batam *import* kualitas dijamin tebal dan *free* ongkir” (*Caption* Akun *Facebook* Yenni)

Tuturan data 2 disebut tindak tutur komisif menjanjikan karena terdapat tuturan kalimat “kualitas dijamin tebal”. Tuturan ini dapat menarik perhatian pembeli karena mengandung sebuah janji sehingga membuat pembeli semakin tertarik.

2) Tindak Tutur Komisif Menawarkan

Data 3

“Cek 1/1 jam tangannya khusus yang *order* minggu ini dapat harga promo 20k” (*Caption* dari Akun *Facebook* Lisda Ningsih)

Tuturan pada data 3 merupakan tindak tutur komisif menawarkan yang diujarkan oleh penjual dengan menggunakan tindak tutur yang beragam agar dapat menarik perhatian konsumen.

b) Tindak Tutur Direktif

1) Tindak Tutur Direktif Menyarankan

Data 4

“Bismillah *open keep* pacci Malaysia *ready* dekat-dekat ini masukkan memangmi *keepan* ta dari sekarang *stock* terbatas *bestie* jangan sampai tidak ada tawa ta lagi” (*Caption* Akun *Facebook* Thyka Manizt)

Tuturan data 4 termasuk tindak tutur direktif menyarankan karena penutur mengujarkan sebuah kalimat “Pacci Malaysia *ready* dekat-dekat ini masukkan memangmi *keepan* ta sekarang”. Tuturan yang diujarkan tersebut dengan tujuan agar mitra tuturnya melaksanakan segala sesuatu yang diinginkan penutur yaitu menyarankan untuk melakukan pesanan sekarang karena stok terbatas.

2) Tindak Tutur Direktif Pertanyaan

Data 5

“Bisa *Cod*” (Komentar dari Akun Fabdila dalam Postingan Stand Risna Risma Makassar di *Facebook*)

Tuturan pada data 5 termasuk tindak tutur direktif pertanyaan karena tuturan yang diujarkan oleh penutur bermaksud agar lawan tuturnya memberikan penjelasan berdasarkan apa yang penutur

pertanyakan.

3) Tindak Tutar Direktif Memesan

Data 6

“Saya pesan 20 ribu diantar pagi-pagi ani terima kasih” (Komentar dari Akun Hj. Sitti Fatimah dalam Postingan Misriani Ani di *Facebook*)

Tuturan data 6 termasuk tindak tutur direktif memesan karena terdapat tuturan kalimat “Saya pesan 20 ribu” sehingga penutur harap mitra tuturnya memenuhi apa yang diinginkan.

4) Tindak Tutar Direktif Memohon

Data 7

“Simpankankah 1 tapi pulangpa dari makassar saya ambilki say” (Komentar dari Akun Sandra Puspita dalam Postingan Thyka Manizt di *Facebook*)

Tuturan pada data 7 merupakan tindak tutur direktif memohon karena ditemukan sebuah tuturan “simpankankah 1 tapi pulangpa dari makassar saya ambilki say” tuturan yang diujarkan pembeli memiliki maksud agar mitra tuturnya melakukan sesuatu yang diinginkan yaitu memohon agar pesannya dapat disimpan terlebih dahulu.

5) Tindak Tutar Direktif Memerintah

Data 8

“Kasih banyak lomboknya nah” (Komentar dari Akun *facebook* Resky Novianty dalam Postingan Inha Aprilia Marup)

Tuturan pada data 8 merupakan tindak tutur direktif memerintah sebab tuturan tersebut diujarkan pembeli supaya mitra tuturnya melaksanakan segala hal yang penutur inginkan yakni memerintah untuk memperbanyak lomboknya.

6) Tindak Tutar Deklaratif Memutuskan

Data 9

“Iya itu mo pale” (Komentar dari Akun Nuril Ihsan dalam postingan Mattuju *Shop* di *Facebook*)

Tuturan pada data 9 disebut tindak tutur deklaratif memutuskan karena terdapat tuturan kalimat “ iya itu mo pale”. Tuturan ini yang awalnya pembeli memesan warna biru tetapi yang *ready* hanya warna putih sehingga pembeli memutuskan pesan warna putih saja.

7) Tindak Tutar Ekpresif Memuji

Data 10

“Sudah berapa kali *order* barangnya semuanya bagus, original, *ownernya* ramah bersahabat langganan” (Komentar dari Akun Andi Amani di *Facebook*)

Tuturan pada data 10 merupakan tindak tutur ekpresif memuji karena dituturkan dengan maksud mengungkapkan suatu pernyataan keadaan yaitu memuji barang yang diperjual belikan.

3. Tindak Tutar Perlokusi

Data 11

“Bisa *cast*/panen/bayar 2X” (*Caption* Akun *Facebook* Masna Telmi)

Tuturan data 11 tersebut merupakan tindak tutur perlokusi karena tuturan diujarkan oleh penjual terdapat tuturan kalimat “bisa *cast*/panen/bayar 2x” yang mempunyai daya pengaruh bagi yang membacanya maka efeknya atau pengaruhnya tuturan tersebut dapat menarik perhatian pembeli.

B. Tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* dalam bentuk lisan (*live*)

1. Tindak Tutur Lokusi

Data 12

Pembeli: Muat BB apa yang di pake?

Penjual: Muat BB 45 sampai 85 kg (*live A' Hijab*)

Berdasarkan data 12 tersebut, tindak tutur yang digunakan adalah tindak tutur lokusi karena tuturan yang diujarkan penjual bertujuan hanya menyatakan sesuatu apa adanya kepada mitra tuturnya. Tuturan penjual yang dimaksud “Muat BB 45 sampai 85 kg”.

2. Tindak Tutur Ilokusi

1) Tindak Tutur Ilokusi Direktif

a) Tindak Tutur Direktif Memohon

Data 13

“Bantu komen *up-up* dulu *bestie*” (*live facebook* Kaulam Miryanti)

Berdasarkan data 13 tersebut, penjual menggunakan tindak tutur direktif memohon pada saat *live* karena tuturan yang diujarkan penjual bertujuan agar mitra tuturnya melakukan suatu hal yang diinginkan yaitu meminta bantu komen *up* supaya tetap berada pada posisi paling atas *timeline*.

b) Tindak Tutur Direktif Meminta

Data 14

Pembeli: “*Keep* abu sultan”

Penjual: “WA ta sama nama kota ya” (*live* Sri Nurwahyuni di *Facebook*)

Berdasarkan data 14 tersebut, tindak tutur yang dipakai adalah tindak tutur meminta karena penjual meminta pembeli untuk memberikan data nomor WA dan nama kota tempat tinggal pembeli. Tuturan penjual yang dimaksud adalah “WA ta sama nama kota ya”.

c) Tindak Tutur Direktif Pertanyaan

Data 15

Pembeli: “Tas sekolah anak paud *spill*”

Penjual: “Untuk cowok atau untuk cewek?”

Pembeli: “Cewek” (*live* Destika di *Facebook*)

Berdasarkan data 15 tersebut, tindak tutur yang digunakan yakni tindak tutur direktif pertanyaan yang menginginkan penjelasan. Penjual mengekspresikan apa yang dia inginkan dan memberikan jawaban berupa penjelasan berkaitan dengan permintaan pembeli. Tuturan pertanyaan yang diujarkan penjual diidentifikasi melalui sebuah kalimat “Untuk cowok atau untuk cewek?”.

3. Tindak Tutur Perlokusi

Data 16

Pembeli: Bisa dilihat Kembali

Penjual: Mam Aqifah boleh sayang boleh ini harga 2,7 di Lazada boleh di cek ini baru bukan *second* ini masih lengkap *barcode-barcode*nya kak, lengkap sertifikat, lengkap *paperbag*, dan lengkap akta kelahirannya kak ini pokoknya lengkap dos ini kak dosnya LP kak. (*live* Aenidha Rifai di *Facebook*)

Berdasarkan data 16 tersebut tindak tutur yang diujarkan adalah tindak tutur perlokusi karena tuturan ini diujarkan penjual memiliki efek atau pengaruh kepada

mitra tuturnya agar dapat menarik perhatian mitra tuturnya. Tuturan perlokusi ditandai dengan kalimat “ini baru bukan *second* ini masih lengkap *barcode-barcode*nya kak, lengkap sertifikat, lengkap *paperbag*, dan lengkap akta kelahirannya kak ini pokoknya lengkap dos ini kak dosnya LP kak”.

Pembahasan

Tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* yang berbentuk tulisan (*caption* dan komentar) mendapatkan beberapa temuan yang sangat beragam. Adapun data yang ditemukan peneliti berdasarkan hasil dari sebuah pengamatan peneliti yang dianalisis dengan menggunakan kajian pragmatik. Sehingga, penulis menemukan beberapa bentuk-bentuk tindak tutur yaitu;

1. Tindak tutur lokusi dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* yang digunakan penjual hanya untuk menginformasikan kepada pembaca tanpa keinginan dalam melakukan sesuatu.
2. Tindak tutur ilokusi dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* terdiri dari:
 - a) Tindak tutur komisif menjanjikan dipakai oleh penutur untuk menyanggupi atau menepati janji yang dikatakan. Artinya, tindak tutur ini jika dituturkan, maka penjual akan terikat dengan janjinya dan memenuhi janji yang diujarkan tersebut.
 - b) Tindak tutur komisif menawarkan dimanfaatkan penutur untuk menyatakan sesuatu yang berkaitan dengan produknya terhadap mitra tuturnya sehingga produk yang dijual menarik perhatian konsumen.
 - c) Tindak tutur direktif menyarankan, sebuah tuturan yang disampaikan penutur agar lawan tuturnya melaksanakan sesuatu yang disarankan oleh penutur.
 - d) Tindak tutur direktif pertanyaan digunakan penutur kepada mitra tuturnya ketika dalam transaksi jual beli dengan maksud memberikan informasi berdasarkan pertanyaan dari penutur.
 - e) Tindak tutur direktif memesan, sebuah ujaran yang disampaikan dengan tujuan penutur memperoleh sesuatu yang dipesan.
 - f) Tindak tutur direktif memohon, tuturan yang mengharapkan mitra tutur melakukan apa yang diinginkan penutur.
 - g) Tindak tutur direktif memerintah, sebuah tuturan yang dikatakan penutur terhadap lawan tuturnya dengan tujuan agar penutur mendapat sesuatu berdasarkan apa yang diharapkan penutur.
 - h) Tindak tutur direktif meminta, suatu tuturan permintaan dari pengujar terhadap lawan tuturnya untuk melakukan tindakan atas keinginan.
 - i) Tindak tutur deklaratif memutuskan dalam bahasa *marketing* tindak tutur yang menyebabkan perubahan kesesuaian.
 - j) Tindak tutur ekspresif memuji, tindak tutur untuk menyatakan atau mengutarakan sikap psikologis berdasarkan tendapatnya tuturan memuji dari penutur terhadap mitranya.
3. Tindak tutur perlokusi dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook*, dalam bentuk tulisan sebuah tuturan penutur kepada mitranya yang memiliki daya pengaruh atau efek bagi pembaca atau pendengar.

Tindak tutur dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* berupa lisan (*live*) ditemukan data yang diperoleh penulis dengan menggunakan kajian pragmatik yaitu;

1. Tindak Tutur Lokusi dalam bahasa *marketing* di media sosial *facebook* berbentuk *live* tuturan yang digunakan hanya untuk menyatakan informasi apa adanya.
2. Tindak Tutur Ilokusi
 - a) Tindak Tutur Direktif Memohon
Tindak tutur direktif memohon, tuturan yang digunakan penjual dalam *live* dengan

- maksud agar mitra tuturnya memenuhi keinginan penuturnya.
- b) Tindak Tutur Direktif Meminta
Suatu tuturan permintaan dari penutur kepada mitra tuturnya untuk melakukan tindakan atas keinginan.
 - c) Tindak Tutur Direktif Pertanyaan
Tuturan yang diujarkan penjual kepada mitra tuturnya pada saat *live* dengan tujuan meminta keterangan atau penjelasan tentang sesuatu hal sehingga penjual dapat menjelaskan dengan baik maksud dari mitra tuturnya.
3. Tindak Tutur Perlokusi
Tindak tutur perlokusi dalam *live* sebuah ujaran yang dikatakan penutur untuk mengatakan sesuatu kemudian penutur menyakinkan mitra tuturnya tentang sesuatu yang ia katakan.

Penjual dalam menginformasikan sesuatu tidak hanya menginformasikan saja melainkan mengandung maksud apa yang diucapkan. Sehingga penjual berperan sangat penting pada transaksi jual beli dengan memakai tuturan sebagai sarana untuk memberitahukan ide pada pembeli. Dengan berkomunikasi yang baik maka yang menjadi tujuan atau maksud pedagang dapat terwujud. Menggunakan tindak tutur dalam bahasa *marketing* sangat beragam yang dimanfaatkan penutur untuk menarik perhatian *konsumen*. Oleh karena itu, pengujar dapat menggunakan tindak tutur beraneka ragam yang terkait dengan konteksnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai jenis tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi dalam bahasa marketing di media sosial facebook. Pada penelitian ini terdapat tindak tutur lokusi pernyataan, tindak tutur ilokusi terdiri tindak tutur komisif (menjanjikan dan menawarkan), tindak tutur direktif (menyarankan, pertanyaan, memesan, memohon, memerintah, meminta dan tindak tutur deklaratif (memutuskan), tindak tutur ekpresif (memuji) dan tindak tutur perlokusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baharuddin, H., & Wahyuni, E. N. 2015. Teori Belajar dan Pembelajaran. Yogyakarta: Ar-Riz Media.
- Fitria, R. 2018. Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beli Perlengkapan Wanita di Daring Instagram. Jember: Skripsi. Universitas Jember.
- Jumanto. 2017. Pragmatik: Dunia Linguistik Tak Selebar Daun Kelor Edisi II. Yogyakarta.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar
- Mustika Ranti. 2019. Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Kualitatif) Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Manchester Language Center). Skripsi. Jambi. UIN Sultan Thaha Saifuddin.
- Mutmainah, Ainun. 2019. Tindak Tutur Ilokusi pada Pedagang di Pasar Butung Makassar Kajian pragmatik Makassar: Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rusminto, N.E. 2009. Analisis Wacana Bahasa Indonesia. (Buku Ajar). Bandar Lampung: FKIP Universitas Lampung.
- Saputra, Andi. 2019. Survei Penggunaan Media Sosial di kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. Jurnal Dokumentasi dan Informasi. Vol. 40, No.2.
- Searle, J. R. (1983). The Philosophy Of Language (Oxport Readings in Philosophy). London: Oxport University Press.
- Sumarsono dan Paina Partana. 2002. Sociolinguistik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.