

**STRATEGI TINDAK ILOKUSI DALAM *LIVE SHOPPING*
DI PLATFORM SHOPEE: KAJIAN PRAGMATIK**

SKRIPSI

**diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar
Sarjana Sastra**



**oleh
Shely Cahya Illyunda
2000569**

**BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2024

**STRATEGI TINDAK ILOKUSI DALAM *LIVE SHOPPING*
DI PLATFORM SHOPEE: KAJIAN PRAGMATIK**

Oleh

Shely Cahya Illyunda

2000569

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia

©Shely Cahya Illyunda

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian

Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnua tanpa izin dari peneliti

HALAMAN PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SHELY CAHYA ILLYUNDA

STRATEGI TINDAK ILOKUSI DALAM *LIVE SHOPPING*
DI PLATFORM SHOPEE: KAJIAN PRAGMATIK

disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



Dr. Jatmika Nurhadi, S.S., M.Hum

NIP 198809232015041003

Pembimbing 2

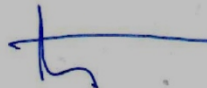


Sri Wiyanti, S.S., M.Hum

NIP 197803282006042001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Bahasa dan
Sastra Indonesia



Dr. Tedi Permadi, M.Hum.

NIP 197006242006041001

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Penulis menyadari betul bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kelemahan dan kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan sekali masukan dan saran untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis untuk berterima kasih kepada beberapa pihak

1. Dr. Jatmika Nurhadi, S.S., M.Hum selaku pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sampai skripsi ini selesai. Terima kasih atas fleksibilitas dalam menentukan waktu untuk bimbingan dan terima kasih atas arahan yang diberikan saat bimbingan.
2. Ibu Sri Wiyanti, S.S., M.Hum., selaku pembimbingan II yang telah meluangkan wkatunya untuk membimbing penulis sampai skripsi ini selesai. Terima kasih atas kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini saat bimbingan serta memberikan arahan dan motivasi untuk penulis saat bimbingan.
3. Dosen-dosen Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Universitas Pendidikan Indonesia, yang meskipun namanya tidak dapat disebutkan satu persatu tetapi jasa-jasanya akan tetap terkenang di hati penulis. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan mulai dari awal penulis masuk kuliah hingga sampai saat ini menjelang akhir kuliah.
4. Orang tua penulis, terutama Mama tercinta yang telah memberikan dukungan kepada penulis dengan segenap hati sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai, dan Alm Papi yang telah tenang di sisi-Nya semoga papi bangga atas apa yang telah Shely lakukan.
5. Kepada Kak Zahra, Mba Anggi, Kakak Rista, A Ivan dan yang lainnya yang telah mendukung secara mental dan finansial sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu. Tidak lupa kepada

keponakan penulis yang telah menjadi penyemangat, yaitu Athena, Athalla, Afkar, dan Ashraf.

6. Kepada keluarga besar dan sepupu-sepupu penulis, yaitu Kakak Neng, Firyal, Adel, dan Nanda yang telah mendukung penulis secara mental dan memberikan dorongan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini. Tidak lupa kepada Ciko yang telah mendukung dan senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis selama penelitian ini dilakukan.
7. Kepada teman teman seperjuangan nondik 2020 terutama Aghnia dan Khusnul yang telah menemani dan mengisi hari-hari penulis dari awal kuliah hingga saat ini. Terima kasih atas berbagi bantuan, dukungan, kerjasama, dan kebahagiaan yang kita lalui bersama. Penulis bersyukur telah dipertemukan dengan teman-teman yang luar biasa hebat seperti kalian. Kiranya hubungan pertemanan kita masih bisa tetap terjalin selamanya.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya tren *live shopping*. Kemunculan *live shopping* melahirkan penggunaan bahasa dalam konteks yang baru. Berdasar hal tersebut, mendorong peneliti untuk meneliti penggunaan bahasa yang digunakan ketika melakukan *live shopping* pada platform Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) jenis tindak tutur ilokusi apa yang digunakan ketika melakukan *live shopping*; (2) jenis deiksis apa yang digunakan ketika melakukan *live shopping*. Subjek dalam penelitian ini berupa tuturan penjual (*seller*) pada platform shopee pada kurun waktu 16 Februari 2024 – 17 Februari 2024. Objek dalam penelitian ini adalah tindak tutur ilokusi dan deiksis penjual saat melakukan *live shopping*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi reduksi data, klasifikasi data, analisis, serta pembahasan, dan terakhir penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini ditemukan jenis tindak tutur ilokusi asertif, direktif, komisif, dan ekspresif. Tindak tutur deklaratif tidak ditemukan. Tindak tutur ilokusi yang paling sering digunakan oleh penjual ialah asertif dengan fungsi menyatakan, karena digunakan untuk memberikan informasi mengenai produk yang sedang dipromosikan kepada audiensnya. Deiksis yang terdapat dalam penelitian ini ialah deiksis persona, deiksis wacana, deiksis sosial, deiksis tempat, dan deiksis waktu. Deiksis wacana dengan fungsi anafora paling banyak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: pragmatik, tindak ilokusi, *live shopping*, shopee.

ABSTRACT

This research is motivated by the rise of the live shopping trend. The emergence of live shopping gave birth to the use of language in a new context. Based on this, it encourages researchers to examine the use of language when doing live shopping on the Shopee platform. This study aims to describe (1) what types of illocutionary speech acts are used when doing live shopping and (2) what types of deixis are used when doing live shopping. The subject of this research is the seller's speech on the Shopee platform in the period February 16, 2024–February 17, 2024. The object of this research is the seller's illocutionary speech acts and deixis when doing live shopping. The method used in this research is the qualitative method. Data collection techniques used in this research include data reduction, data classification, analysis, discussion, and finally drawing conclusions. The results of this study revealed the types of assertive, directive, commissive, and expressive illocutionary speech acts. Declarative speech acts were not found. The illocutionary speech act most often used by sellers is assertive with the function of stating because it is used to provide information about the product being promoted to its audience. Deixis found in this study are persona deixis, discourse deixis, social deixis, and time deixis. Place deixis is not found. Discourse deixis with anaphora function.

Keywords: pragmatics, illocutionary act, *live shopping*, shopee.

DAFTAR ISI

Halaman pengesahan.....	ii
Pernyataan Keaslian	iii
Ucapan Terima Kasih.....	iv
Abstrak	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Bab 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Masalah Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	6
Bab 2 KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Pragmatik.....	8
2.2 Tindak tutur	9
2.3 Deiksis	11
2.4 <i>Live Shopping</i>	13
Bab 3 METODE PENELITIAN	14
3.1 Desain penelitian	14
3.2 Sumber Data dan Data.....	15
3.2.1 Sumber Data.....	15
3.2.2 Data	15
3.3 Instrumen Penelitian.....	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	16
3.5 Teknik Analisis Data	17
Bab 4 TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	18
4.1 Temuan.....	18
4.1.1 Tindak Tutur Ilokusi Ernalistore.....	18
4.1.2 Deiksis Ernalistore	35
4.1.3 Tindak Tutur Ilokusi Tizzel.id	47
4.1.4 Deiksis Tizzel.id.....	55

4.1.5	Perbandingan Tindak Tutur dan Deiksis Antara Ernalistore dan Tizzel.id.....	66
4.2	Pembahasan	68
4.2.1	Pembahasan Jenis Tindak Tutur Illokusi	68
4.2.2	Pembahasan Jenis Deiksis.....	72
Bab 5	SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	75
5.1	Simpulan.....	75
5.2	Implikasi.....	76
5.3	Rekomendasi	77
	Daftar Pustaka	78
	Lampiran	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis Bentuk dan Fungsi Tindak Ilokusi	16
Tabel 3.2 Analisis Bentuk dan Fungsi Deiksis	16
Tabel 4.1 Data jenis Tindak Tutur pada Ernalistore	19
Tabel 4.2 Data Jenis Deiksis pada Ernalistore	35
Tabel 4.3 Data jenis Tindak Tutur pada Tizzel.id.....	47
Tabel 4.4 Data jenis Deiksis pada Tizzel.id.....	55
Tabel 4.5 Rekapitulasi Tindak Tutur Seller	66
Tabel 4.6 Rekapitulasi Deiksis Antar Seller	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.1 Ernalistore	18
Gambar 4.2.1 Tizzel.id.....	47

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. (2018). Analisis Tindak Tutur pada Wawancara Putra Nababan dan Presiden Portugal (Kajian Pragmatik). *SeBaSa*, 1(1), 27.
<https://doi.org/10.29408/sbs.v1i1.792>
- Austin, J. L. (1962). *How To Do Things With Words*. Oxford University Press.
- Azizah, Nissaul., Khuluq, E. Fairuzal., & Ardila, N. M. (2022). Deiksis dalam Film Melodylan : Analisis Pragmatik Berdasarkan Teori Levinson. *Jurnal Sinetis*, 1.
- Chaer, A. (2010). *Kesantunan Berbahasa*. Rineka Cipta.
- Chen, Q. (2021). *Live Streaming – the New Era of Online Shopping*.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.211209.486>
- Cummings, L. (2023). *Introducing Pragmatics*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003177562>
- Dia, E. E., Mayasari, D., & Kussumawati, R. (2023). Deiksis Percakapan pada Vlog Prediksi Official. *Journal Od Education Research*, 4(4).
- Fadlilah, A., Hermawan, I., & Hardianti, W. F. (2024). *Language Attitudes of Online Shop Sellers in Live Shopping Services and Their Influence on Purchase Intention* (pp. 3–9). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-376-4_2
- Fransiska, V., & Paramita, S. (2020). Live Shopping dalam Industri Komunikasi Digital melalui Instagram. *Prologia*, 4(1), 67.
<https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6435>
- Ihsan, D. (2011). *Pragmatik, Analisis Wacana, dan Guru Bahasa*. Universitas Sriwijaya Press.
- Istiqomah, R. Nur., Ulva, Nourma., Purwantoro, M. Imam., & Ayu, Dini. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran UMKM di Desa Gending. *Journal of Global and Multidisciplinary*, 1(5).
- Komariyah, S., Itaristanti, I., & Mulyaningsih, I. (2022). Kajian Tindak Tutur Ilokusi Iklan Produk Kecantikan di Televisi. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 9(1), 65.
<https://doi.org/10.30595/mtf.v9i1.12419>
- Leech, G. (1993). *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Penerbit Universita Indonesia.
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics : Vol.* Cambridge University Press.
- Liu, X., & Kim, S. H. (2021). Beyond Shopping: The Motivations and Experience of Live Stream Shopping Viewers. *2021 13th International Conference on Quality of Multimedia Experience (QoMEX)*, 187–192.
<https://doi.org/10.1109/QoMEX51781.2021.9465387>
- Luvira, N., & Kartika, A. D. (2023). DEIKSIS DALAM LIRIK LAGU ALIN COEN. *Unesa*, 12(2).
- Melinia, I., Charlina, & Sinaga, M. (2023).
<http://proceedings.upi.edu/index.php/riksabahasa/article/view/2616#:~:text=Articles-,DEIKSIS%20PERSONA%2C%20DEIKSIS%20TEMPAT%2C%20DAN%20DEIKSIS%20WAKTU%20DALAM%20NOVEL%20BUMI%20>

- 20CINTA%20KARYA%20HABIBURRAHMAN%20EL%20SHIRAZ Y,-Islahati%20Melinia. *Seminar Internasional Riksa Bahasa*.
- Muhyidin, A. (2019). (DEIXIS IN TERE LIYE’S NOVEL “DAUN YANG JATUH TAK PERNAH MEMBENCI ANGIN” AND ITS LEARNING SCENARIO IN HIGH SCHOOL). *Jurnal Penelitian Bahasa*.
- Mutia Rahmah, N., Setiawan, H., & Maspuroh, U. (2022). Analisis Deiksis dalam Berita Bencana Alam pada Media Daring Sindonews.Com Edisi Januari-Maret 2022. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3), 13845–13851. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i3.4552>
- Nadar, F. X. (2009). *Pragmatik & Penelitian Pragmatik* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Nuramila. (2020). *Kajian Pragmatik: Tindak Tutur dalam Media Sosial* (A. Rahman, Ed.). Yayasan Pendidikan dan Sosial.
- Nurhadi, J. (2022). *Pragmastilistika: Sebuah Pengantar Kajian Tindak Tutur dan Gaya Bahasa* (Rahmawati, Ed.). Upi Press.
- Putri, Shafira., & Nurlaili. (2021). Analisis Tindak Tutur Ekspresif pada Transaksi Jual Beli di Pasar Matangglumpangdua. *Aliterasi; Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Sastra*.
- Rambe, A. S., Siregar, A., Fitri, H., Ardianti, I., Faturrahman, A., Pandiangan, H. E., & Zahra, M. (2024). Peranan Media Sosial terhadap Kenaikan Nilai Omset Penjualan di “Tiktok” pada Pedagang dengan Cara Live Shopping. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8.
- Safitri, R. D., Mulyani, M., & Farikah. (2021a). TEORI TINDAK TUTUR DALAM STUDI PRAGMATIK. *Jurnal Kabastra*, 1(1).
- Safitri, R. D., Mulyani, M., & Farikah. (2021b). Teori Tindak Tutur dalam Studi Pragmatik. *KABASTRA: Kajian Bahasa Dan Sastra*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.31002/kabastra.v1i1.7>
- Saputri, A. T. S., Setyorini, R., & Irma, C. N. (2022). ANALISIS TINDAK TUTUR EKSPRESIF DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SAYUR DI PASAR WANGON. *Jurnal Bindo Sastra* 6.
- Sari, R. P., Sofyan, A., & Rochiyati S., A. E. (2020). TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM INTERAKSI JUAL BELI DI PASAR TEMPUREJO, JEMBER. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik*, 21(2), 114. <https://doi.org/10.19184/semiotika.v21i2.16551>
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: Vol.* Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173438>
- Sugiyono. (2010). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D: Vol.* (10th ed.). Alfabeta.
- Sunarti, Nensilanti, & Juanda. (2023). Bentuk dan Fungsi Deiksis Channel YouTube Najwa Shihab “Susahnya Jadi Perempuan” Tayangan November 2021 (Kajian Pragmatik). *Jurnal Sinestesia: Pendidikan, Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 13.
- Wahyuningsih, S. (2023). TINDAK TUTUR ILOKUSI AKUN TIKTOK @NAJWASHIHAB SERTA IMPLEMENTASINYA SEBAGAI BAHAN AJAR TEKS PERSUASI. *LITERASI: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah*, 13(2), 534–549. <https://doi.org/10.23969/literasi.v13i2.7768>

Wang, Y., Lu, Z., Cao, P., Chu, J., Wang, H., & Wattenhofer, R. (2022). How Live Streaming Changes Shopping Decisions in E-commerce: A Study of Live Streaming Commerce. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 31(4), 701–729. <https://doi.org/10.1007/s10606-022-09439-2>

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

LAMPIRAN

Bab 4

1.1 Ernalistore

1.1.1 Tindak Tutur Ilokusi

1. Asertif

KODE	TUTURAN ERNALISTORE	TINDAK TUTUR	FUNGSI
ER0183	“ldnya berapa ci? Astagfirullah ulang lagi”	asertif	mengeluh
ER018	“ini bahannya lembut ya bebeb ya”	asertif	mengklaim
ER019	“bahannya lembut tuh yaa oh dia ada motifnya juga say”	asertif	mengklaim
ER033	“tagnya tag hitam loh ini mewah sekali”	asertif	mengklaim
ER037	“aku keluarin waduh gilaa beda ya bunda ya mewah ini waduhh”	asertif	mengklaim
ER044	“kaosnya kaos ori nih soalnya”	asertif	mengklaim
ER053	“M ldnya di 100-104 wahh cakep banget bahannya juga mantul”	asertif	mengklaim
ER057	“pasti best seller banget ini kak beb ya”	asertif	mengklaim
ER061	“ih mantul ini”	asertif	mengklaim
ER071	“mantul kak beb ya”	asertif	mengklaim
ER072	“gila ini bagus banget ya”	asertif	mengklaim
ER0129	“wah gilaa ini bagus banget mau gak ni berani gak ni”	asertif	mengklaim
ER0131	“kalo gak mau gausah dulu ini terlalu bagus kak beb ya”	asertif	mengklaim
ER0138	“bagusnya ini kak tangannya tangan ban”	asertif	mengklaim
ER0186	“M ldnya 102-106, L ldnya di 106-110 nih goofie baguss bangeet”	asertif	mengklaim
ER0226	“jadi tenang aja gaakan bau asem”	asertif	mengklaim
ER0247	“yang modelnya modis banget”	asertif	mengklaim
ER0265	“bahannya bahan tebal ini ya sayangku”	asertif	mengklaim
ER0266	“bahannya tebal pokoknya kaka tenang aja yang mau naik motor gaakan masuk angin”	asertif	mengklaim
ER0147	“adidas Disney goofie aduh bagus banget kak”	asertif	mengklaim