

## Tindak Tutur Direktif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial *Facebook*

Suci Fitriani<sup>1</sup>, Johar Amir<sup>2</sup>, Muhammad Saleh<sup>3</sup>

Universitas Negeri Makassar<sup>1,2,3</sup>

Email: [suci.pcy99@gmail.com](mailto:suci.pcy99@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** Directive Speech Acts *Online* Sellers Clothing Muslimat on Social Media Facebook. This study aims to describe the form, function, and strategy of directive speech acts in *online* sellers of Muslim clothing on Facebook social media. This type of research is qualitative research. The results of the study revealed that the form of directive speech acts used by *online* sellers of Muslim clothing on Facebook social media were declarative, imperative, and interrogative directive speech acts. The functions of directive speech acts used by *online* sellers of Muslim clothing on Facebook social media are commands, invitations, requests, advice, criticism, and prohibitions. Then the speech strategies used by *online* Muslim clothing sellers when peddling their sales on Facebook social media are direct directive speech strategies and indirect directive speech strategies.

**Keywords:** speech act, directive, form, function, strategy

<https://ojs.unm.ac.id/societies/index>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Bahasa berperan sebagai alat interaksi manusia, salah satunya yaitu pada kegiatan jual beli dikalangan masyarakat yang juga membutuhkan pemahaman yang sama terhadap makna tuturan baik dari pihak penjual maupun pembeli. Bentuk komunikasi dapat ditemui dalam kegiatan sehari-hari melalui kegiatan interaksi jual beli dikalangan masyarakat, interaksi tersebut dapat memunculkan peristiwa tindak tutur. Salah satu bentuk tindak tutur yang dapat ditemui dalam kegiatan jual beli adalah tindak tutur direktif.

Sehubungan dengan hal tersebut, perkembangan teknologi di era digital yang begitu pesat telah membawa berbagai perubahan di kalangan masyarakat, tidak terkecuali pada sektor perdagangan yang menyebabkan terjadinya perubahan pada strategi jual beli dalam masyarakat. Sebelumnya kegiatan jual beli dilakukan secara konvensional atau jual beli yang mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara fisik, namun kini kegiatan jual beli dapat dilakukan secara *online* melalui media sosial.

Kegiatan jual beli secara *online* yang dilakukan di media sosial diminati oleh kalangan masyarakat dengan alasan dapat mempermudah proses jual beli. Penjualan secara *online* memiliki beberapa kelebihan yang dapat dirasakan oleh penjual maupun pembeli. Sehingga tidak heran jika kini banyak penjual yang memasarkan jualannya secara *online* di media sosial. Hanya dengan bermodalkan postingan berupa foto maupun video disertai tuturan penjual, sudah dapat membantu penjual dalam memasarkan jualannya.

Selain kemudahan dan keuntungan yang dapat diperoleh, cara penjualan yang dilakukan secara *online* juga dapat menjadi alasan bagi masyarakat untuk beralih dari proses jual beli secara konvensional, sebagaimana proses jual beli *online* dilakukan oleh penjual dan pembeli yang saling berjauhan, maka tindak tutur yang baik dalam komunikasi yang terjadi secara *online* sangat berpengaruh dalam menciptakan kepercayaan bagi pembeli agar membeli produk yang ditawarkan. Adapun Fitriani dan Prabawa (2021) menyatakan bahwa tindak tutur pada jual beli *online* merupakan hal yang menarik, karena tidak hanya unik dan khas melainkan berhubungan sosial antara penjual dan pembeli seperti kesepakatan, kerja sama, dan mediasi.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu terkait tindak tutur, seperti penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2016) yang berjudul "Tindak Tutur dalam Proses Jual Beli di Pasar Tradisional Surakarta" penelitian ini menyatakan bahwa tindak tutur yang digunakan oleh penjual maupun pembeli dalam mengutarakan maksudnya dalam proses jual beli di pasar tradisional Surakarta ada lima jenis, yaitu tindak tutur asertif, verdiktif, direktif, komisif, dan tindak tutur fatis.

Adapun penelitian yang secara khusus mengkaji tindak tutur direktif, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Mukarromah et al. (2021) yang berjudul "Tindak Tutur Direktif dalam Iklan Layanan Masyarakat Covid-19 di Media Sosial". Pada penelitian ini, terdapat tindak tutur direktif perintah, permintaan, ajakan, nasihat, dan larangan

dalam iklan layanan masyarakat Covid-19 di Youtube. Adapun fungsi tindak tutur direktif yang digunakan adalah fungsi tindak tutur direktif perintah, permintaan, ajakan, nasihat dan larangan.

Penelitian ini meneliti fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat, sebagaimana masyarakat merupakan konteks unit analisis terluas, maka peneliti menganggap bahwa penelitian ini perlu untuk dilakukan agar dapat sebagai acuan dalam kegiatan penjualan yang dilakukan secara *online* di media sosial. Acuan tersebut terkait tuturan yang dapat digunakan oleh penjual saat menjajakan dagangannya di media sosial. Penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh berbagai masyarakat, sebagaimana saat ini para pelaku penjual *online* berasal dari berbagai kalangan, mulai dari ibu rumah tangga hingga pelajar. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran untuk dijadikan sebagai contoh penggunaan tindak tutur direktif dalam kehidupan masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan Juni 2022 dan bertempat di perpustakaan Fakultas Bahasa dan Sastra UNM. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik observasi berupa observasi nonpartisipan. Selanjutnya, pada teknik rekam peneliti merekam tuturan penjual *online* yang termasuk dalam tindak tutur direktif sebagai fokus penelitian. Adapun peneliti menggunakan handphone sebagai alat perekam. Berikutnya adalah teknik catat, di mana pada tahap ini peneliti menggunakan kartu data untuk mencatat data yang termasuk tuturan direktif yang diperoleh dari hasil observasi dan merekam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **1. Bentuk Tindak Tutur Direktif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook**

Adapun bentuk tindak tutur direktif penjual *online* pakaian muslimat yang ditemukan pada penelitian ini sebagai berikut.

- a. Tindak Tutur Direktif Bentuk Deklaratif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook

Bentuk deklaratif yang ditemukan dalam penelitian ini ditinjau dari cara penjual selaku penutur saat menyampaikan perintah kepada pembeli selaku lawan tutur dalam bentuk deklaratif atau menyampaikan informasi maupun menyatakan pendapat. Adapun tindak tutur direktif bentuk deklaratif yang digunakan penjual *online* pakaian muslimat diuraikan sebagai berikut.

Data (1)

*Kulotnya kulot jeans, 27, 28, 29, 30, itu aja size nya.* [PSL-1]

Konteks: Penjual memberitahukan peserta siaran langsung terkait ukuran celana kulot jeans yang tersedia

Tuturan pada data (1) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud menginstruksikan peserta siaran langsung agar tidak meminta ukuran kulot jeans selain ukuran yang telah disebutkan oleh penjual. Tuturan tersebut merupakan tuturan direktif bentuk deklaratif ditinjau dari informasi yang disampaikan. Pada tuturan tersebut penjual menginformasikan bahwa kulot yang dapat dipesan hanya kulot yang berukuran 27, 28, 29, 30 saja.

b. Tindak Tutur Direktif Bentuk Imperatif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook

Bentuk imperatif yang ditemukan dalam penelitian ini ditinjau dari cara penjual selaku penutur saat menyampaikan perintah kepada pembeli selaku lawan tutur dalam bentuk imperatif atau menyampaikan perintah. Adapun tindak tutur direktif bentuk imperatif yang digunakan penjual *online* pakaian muslimat diuraikan sebagai berikut.

Data (2)

*Tanya ke admin yah, jangan tanya ke Madrika!* [PSL-5]

Konteks: Penjual memerintahkan peserta siaran langsung untuk bertanya langsung pada admin, bukan pada Madrika (orang yang tampil untuk mempromosikan barang saat siaran langsung atau live)

Tuturan pada data (2) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud memerintahkan peserta siaran langsung untuk bertanya langsung pada admin yang bersangkutan dan melarang peserta siaran langsung untuk bertanya pada Madrika yang saat itu bertugas untuk menampilkan pakaian yang dijual. Tuturan tersebut merupakan tuturan direktif bentuk imperatif ditinjau dari perintah yang diberikan.

c. Tindak Tutur Direktif Bentuk Interogatif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook

Bentuk interogatif yang ditemukan dalam penelitian ini ditinjau dari cara penjual selaku penutur saat menyampaikan perintah kepada pembeli selaku lawan tutur dalam bentuk interogatif atau memberikan pertanyaan. Adapun tindak tutur direktif bentuk interogatif yang digunakan penjual *online* pakaian muslimat diuraikan sebagai berikut.

Data (3)

*Ini sudah tidak ada yang mau lagi? Kalau nggak ada yang mau lagi aku next yah* [PSL-10]

Konteks: Penjual bertanya kepada peserta siaran langsung sebelum beralih untuk mempromosikan model pakaian yang berbeda.

Tuturan pada data (3) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud untuk mendesak peserta siaran langsung agar segera bertanya jika ada yang ingin dipertanyakan atau segera memesan jika tertarik terhadap barang yang sedang

ditampilkan tersebut sebelum penjual beralih untuk menampilkan pakaian model lain. Tuturan tersebut merupakan tuturan direktif bentuk interogatif ditinjau dari pertanyaan yang diberikan. Pada tuturan tersebut penjual bertanya kepada peserta siaran langsung terkait apakah masih ada yang ingin memesan pakaian tersebut, dikarenakan penjual ingin beralih untuk mempromosikan pakaian lainnya.

## 2. Fungsi Tindak Tutur Direktif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook

Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan dalam penelitian ini berupa fungsi perintah, ajakan, permintaan, nasihat, kritik, dan fungsi larangan. Adapun fungsi tindak tutur direktif penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook diuraikan di bawah ini.

### a. Perintah

Data (4)

*Kalau mau ada tambahan, silakan discreenshot saja baju dan jilbab yang Mudrika pake, silakan ditanya ke admin saja! Kalau masih ada stok, bunda akan dapat [PSL-17]*

Konteks: Penjual menginstruksikan terkait hal yang dapat dilakukan peserta siaran langsung jika terdapat tambahan barang yang diinginkan setelah siaran langsung berakhir.

Tuturan pada data (4) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud untuk menginstruksikan terkait hal yang dapat dilakukan peserta siaran langsung selaku lawan tutur jika terdapat tambahan barang yang diinginkan setelah siaran langsung berakhir, yaitu dengan cara mengirimkan hasil screenshoot pakaian yang diinginkan kepada admin untuk dicek ketersediaan barangnya. Tuturan tersebut termasuk tuturan direktif fungsi perintah ditinjau dari tujuan tuturan tersebut diucapkan yaitu untuk memerintahkan peserta siaran langsung agar dapat melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang telah diinstruksikan oleh penjual.

### b. Ajakan

Data (5)

*Yuk diorder! Mumpung lagi ada diskon besar-besaran [PS-4]*

Konteks: Tuturan tersebut merupakan tuturan penjual yang ditulis pada deskripsi unggahan penjual atau biasa disebut dengan caption. Pada tuturan tersebut penjual mengajak pengguna facebook untuk memesan pakaian jualannya berhubung diadakannya diskon.

Tuturan pada data (5) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud mengajak pengguna facebook untuk memesan pakaian jualannya agar dapat memperoleh diskon yang diadakan oleh penjual saat itu. Tuturan tersebut termasuk tuturan direktif fungsi ajakan ditinjau dari tujuan tuturan tersebut diucapkan yaitu untuk mengajak pengguna facebook agar dapat ikut atau turut melakukan sesuatu seperti yang yang dituturkan oleh penjual.

c. Permintaan

Data (6)

*Bantu share, bantu up, bantu tes komentar!* [PS-6]

Konteks: Tuturan tersebut diungkapkan oleh penjual melalui deskripsi unggahan status atau biasa disebut dengan caption. Tuturan tersebut mengungkapkan permintaan penjual agar pengguna facebook dapat membagikan dan mengomentari postingan tersebut.

Tuturan pada data (6) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud untuk meminta pengguna facebook agar dapat membagikan dan mengomentari postingan yang dimaksudkan supaya dapat dilihat oleh pengguna lain sehingga pakaian yang dipromosikan melalui postingan tersebut dapat dilihat oleh banyak pengguna facebook. Tuturan tersebut termasuk tuturan direktif fungsi permintaan ditinjau dari tujuan tuturan tersebut diucapkan yaitu meminta pengguna facebook untuk membagikan dan mengomentari postingan penjual.

d. Nasihat

Data (7)

*Jadilah pembeli yang pintar, jangan datang kesini marah – marah! 'Ehh kenapa tdk bisa beli disini lagi' bukan kemauan kita seperti itu yah, memang yang memaksakan keadaan, juga rumahnya nggak muat kalau dipajang dan kita juga tidak punya orang yang jagain barang barang yang bakalan dipilih sama bunda-bunda.* [PSL-25]

Konteks: Penjual menasehati peserta siaran langsung yang merasa keberatan dengan keputusan penjual terkait pemilihan barang yang tidak dapat dilakukan secara langsung di toko.

Tuturan pada data (7) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud untuk menasihati peserta siaran langsung agar dapat menjadi pembeli yang bijak dan tidak mudah marah sebelum mempertimbangkan alasan terhadap suatu hal. Tuturan tersebut termasuk tuturan direktif fungsi nasihat ditinjau dari tujuan tuturan tersebut diucapkan yaitu untuk memberikan petunjuk yang berisi pelajaran terpetik dan baik yang dapat dijadikan oleh peserta siaran langsung sebagai alasan untuk melakukan sesuatu. Pada tuturan tersebut penjual selaku penutur menyampaikan informasi kepada peserta siaran langsung selaku lawan tutur terkait alasan kenapa pembeli tidak diperbolehkan datang langsung ke tempat penjual untuk melakukan pemilihan barang.

e. Kritikan

Data (8)

*Kalau nggak jadi transfer atau chat admin cuma dibalas aja, siap-siap kena blokir!* [PSL-32]

Konteks: Penjual memberitahukan peserta siaran langsung bahwa jika tidak menyelesaikan pembayaran dan mengabaikan chat penjual maka akan di blokir akunya

Tuturan pada data (8) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud untuk mengancam peserta siaran langsung. Tuturan tersebut termasuk tuturan direktif fungsi kritikan ditinjau dari tujuan tuturan tersebut diucapkan yaitu untuk memberikan ancaman yang merupakan bagian dari fungsi kritik. Pada tuturan tersebut penjual selaku penutur memerintahkan peserta siaran langsung selaku lawan tutur agar menanggapi admin ketika dihubungi, penjual juga mengancam peserta siaran langsung yang apabila tidak menyelesaikan pembayaran dan mengabaikan admin ketika dihubungi maka akan diblokir sehingga ia tidak dapat lagi melihat postingan ataupun mengikuti siaran langsung yang dilakukan oleh penjual.

f. Larangan

Data (9)

*Pakaian anak-anak jangan ditanya lagi! Tidak ada untuk sejauh ini [PSL-35]*

Konteks: Terdapat peserta siaran langsung yang bertanya kepada penjual terkait ketersediaan pakaian anak yang dijual.

Tuturan pada data (9) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud untuk melarang peserta siaran langsung. Tuturan tersebut termasuk tuturan direktif fungsi larangan ditinjau dari tujuan tuturan tersebut diucapkan yaitu untuk melarang peserta siaran langsung untuk bertanya pada kolom komentar terkait ketersediaan pakaian anak yang dijual, dikarenakan hanya tersedia pakaian untuk dewasa saja.

**3. Strategi Tindak Tutur Direktif Langsung dan Tidak Langsung pada Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook**

a. Strategi tindak tutur direktif secara langsung penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook

Data (10)

*Untuk cek harga dan stok bisa langsung keadmin. Klik salah satu nomor di bawah! [PS-9]*

Konteks: Penjual memerintahkan pengguna facebook untuk menghubungi admin

Tuturan pada data (10) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud untuk memberikan perintah kepada pengguna facebook. Tuturan tersebut merupakan tuturan direktif bentuk imperatif karena menggunakan kalimat perintah dengan fungsi tuturan berupa fungsi perintah ditinjau dari tujuan tuturan tersebut diucapkan yaitu untuk memerintahkan pengguna facebook agar meng-klik salah satu nomor yang tertera. Berdasarkan bentuk dan fungsi tuturan direktif yang digunakan, tuturan pada data (10) dikategorikan tuturan direktif secara langsung ditinjau dari bentuk imperatif yang digunakan untuk memerintahkan pengguna facebook agar mengklik salah satu nomor yang tertera ketika ingin menghubungi admin untuk

bertanya terkait harga jual pakaian maupun jumlah persediaan barang yang diinginkan.

- b. Strategi tindak tutur direktif secara tidak langsung penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook

Data (11)

*Wardahnya habis yah Bunda, tinggal warna navy sama warna taro. Dua warna saja* [PSL-55]

Konteks: Penjual memberitahukan peserta siaran langsung bahwa persediaan warna wardah pada pakaian tersebut telah habis dan hanya tersedia dua warna saja

Tuturan pada data (11) dikategorikan tuturan direktif karena bermaksud untuk menawarkan pakaian kepada peserta siaran langsung. Tuturan tersebut merupakan tuturan direktif bentuk deklaratif karena menggunakan kalimat yang mengandung informasi dengan fungsi tuturan permintaan berupa menawarkan ditinjau dari tujuan tuturan tersebut diucapkan yaitu untuk menawarkan kepada peserta siaran langsung dua warna pakaian yang tersisa yaitu warna navy dan taro, sehingga peserta siaran langsung tersebut dapat mengubah pilihannya jika tertarik dengan kedua warna yang tersisa. Berdasarkan bentuk dan fungsi tuturan yang digunakan, tuturan pada data (11) dikategorikan tuturan direktif tidak langsung karena menggunakan bentuk tuturan yang tidak sesuai dengan fungsi tuturannya, yaitu bentuk deklaratif yang digunakan untuk menawarkan pakaian kepada peserta siaran langsung.

### **Pembahasan**

Berikut ini akan dibahas mengenai wujud, fungsi, dan strategi tuturan direktif pada penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook.

#### **1. Bentuk Tindak Tutur Direktif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook**

Wujud tuturan pada ruang lingkup analisis tindak tutur direktif yang diungkapkan oleh penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook yaitu tuturan direktif bentuk deklaratif, imperatif, dan interogatif. Pada penelitian ini diperoleh beberapa tuturan direktif bentuk deklaratif yang digunakan oleh penjual untuk memberikan informasi terkait clue atau petunjuk yang dapat digunakan, persediaan warna pakaian, persediaan ukuran pakaian, serta persediaan jumlah barang. Penjual memilih untuk menggunakan bentuk deklaratif dalam tuturannya karena melalui tuturan tersebut penjual dapat memberikan informasi terkait deskripsi atau detail barang yang dijual sehingga pengguna facebook dapat menentukan pilihannya berdasarkan deskripsi atau detail barang yang telah disampaikan oleh penjual.

Penggunaan tuturan deklaratif pada penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook tidak hanya digunakan untuk memberikan informasi kepada para pengguna facebook, namun juga digunakan untuk memberikan perintah, permintaan,



ataupun menyampaikan kritik. Sehingga pengguna facebook dapat melakukan sesuatu seperti yang diucapkan oleh penjual, hal tersebut dilakukan oleh penjual agar pengguna facebook tidak merasa bahwa dirinya sedang diperintah oleh penjual sehingga dapat memberikan kesan sopan pada penjual saat bertutur. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang diperoleh Aliyah (2017) yang mengungkapkan bahwa termasuk wujud kalimat yang santun jika menggunakan kalimat deklaratif sebagai kalimat yang difungsikan sebagai kalimat perintah. Sehubungan dengan hal tersebut, Gunawan (2013) menyatakan bahwa tuturan deklaratif dapat juga digunakan untuk meminta sesuatu secara tidak langsung kepada orang lain yang dapat sebagai bentuk menyatakan kesantunan dalam bertutur.

Adapun tuturan imperatif pada penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook digunakan untuk meminta pengguna facebook agar men-share maupun like postingan yang diunggah, memerintahkan pengguna facebook untuk menyebutkan warna, ataupun jenis pakaian yang ingin dipesan, serta untuk menyampaikan saran, kritik, serta larangan kepada pengguna facebook agar tidak melakukan sesuatu sebagaimana yang diucapkan oleh penutur.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa tuturan imperatif lebih banyak digunakan oleh penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook dikarenakan tuturan tuturan imperatif dapat menyampaikan maksud penjual secara jelas dalam keterbatasan komunikasi antar penjual dan pembeli, karena butuh beberapa waktu untuk memperoleh balasan dari tuturan yang diucapkan oleh penjual. Sehingga penggunaan bentuk imperatif dalam tuturan direktif penjual *online* dapat menyampaikan maksud penjual secara singkat jika dibandingkan dengan penggunaan bentuk lain. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang diperoleh Pratiwi (2019) yang mengungkapkan bahwa penggunaan kalimat imperatif lebih banyak muncul pada percakapan forum jual beli secara *online*, sebab kalimat imperatif membuat maksud penutur dapat tersampaikan dengan jelas melalui kalimat yang singkat. Pemilihan bentuk imperatif dalam tuturan penjual disebabkan karena melalui bentuk imperatif tersebut penjual dapat memberikan perintah secara langsung sehingga pembeli dapat dengan mudah bahkan dapat langsung memahami maksud perintah yang diberikan.

Kemudian tuturan interogatif, penggunaan tuturan interogatif pada penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook tidak hanya digunakan untuk memperoleh tanggapan atau jawaban dari pengguna facebook, namun juga untuk memberikan perintah kepada pengguna facebook agar dapat melakukan sesuatu sebagaimana yang dituturkan oleh penjual. Hal tersebut sejalan dengan Ardianto (2013) yang mengemukakan bahwa tuturan interogatif dapat digunakan untuk mewujudkan fungsi direktif yang mengandung maksud untuk memerintahkan lawan tutur agar dapat melakukan sesuatu.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, tuturan interogatif digunakan untuk meminta atau memerintahkan pengguna facebook untuk memperjelas maksud dari komentar yang ditulis pada kolom komentar agar dapat lebih jelas untuk

dipahami, mendesak pengguna facebook agar dapat memasukkan segera pesannya sehingga penjual dapat beralih untuk menampilkan pakaian jenis lain, serta digunakan untuk menasihati pengguna facebook agar dapat melakukan sesuatu dengan lebih baik lagi. Penjual menggunakan bentuk interogatif dalam tuturannya karena melalui tuturan tersebut penjual dapat mengklarifikasi atau memperjelas maksud atau keinginan pembeli agar tidak terjadi kesalahpahaman antar kedua pihak. Selain itu, penggunaan bentuk interogatif juga digunakan penjual untuk memberikan perintah secara halus kepada pengguna facebook. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang diperoleh Pratiwi (2019) yang mengkaji tentang tuturan direktif pada kegiatan jual beli pasar *online* kaskus dengan mengungkapkan bahwa tindak tutur direktif yang dilakukan penjual menggunakan pertanyaan (interogatif) bertujuan untuk menyuruh lawan tutur agar berkenan untuk melakukan keinginan dan kehendak mereka sehingga suruhan mereka terdengar lebih halus.

## **2. Fungsi Tindak Tutur Direktif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook**

Fungsi tindak tutur direktif yang digunakan oleh penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook berupa fungsi perintah, ajakan, permintaan, nasihat, kritik, dan larangan. Berdasarkan hasil analisis data yang ditemukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa tindak tutur direktif yang sering muncul pada fungsi tuturan direktif penjual *online* di media sosial facebook adalah fungsi perintah yang merupakan fungsi tuturan dengan bermaksud untuk memerintahkan atau menyuruh pengguna facebook untuk melakukan sesuatu sesuai dengan yang telah dituturkan oleh penutur. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Prayitno (2011) bahwa tuturan direktif fungsi perintah adalah tuturan yang bermaksud menyuruh mitra tutur melakukan sesuatu. Adapun penjual menggunakan fungsi perintah dalam tuturannya karena melalui fungsi tuturan tersebut penjual dapat memerintahkan pengguna facebook untuk melakukan pembayaran, menyebutkan clue, memberikan instruksi kepada pengguna facebook agar melakukan sesuatu sesuai dengan instruksi yang telah diberikan, dan lain sebagainya.

Terdapat juga fungsi lain dari tindak tutur direktif yang digunakan oleh penjual di media sosial facebook, yaitu fungsi ajakan yang bermaksud untuk mengajak pengguna facebook agar melakukan sesuatu sebagaimana yang dinyatakan oleh penjual. Sebagaimana Prayitno (2011) menyatakan bahwa tindak tutur direktif fungsi ajakan mengandung maksud bahwa penutur mengajak mitra tutur supaya melakukan sesuatu sebagaimana yang dinyatakan oleh penutur. Penjual menggunakan fungsi ajakan pada tuturannya karena melalui fungsi tuturan tersebut penjual dapat mengajak pengguna facebook untuk mendaftarkan akunnya pada admin, mengajak untuk agar memesan pakaian, mengajak pengguna facebook untuk mengunjungi akun penjual, mengajak pengguna facebook untuk mengakhiri siaran langsung, dan lain sebagainya.

Fungsi permintaan yang bermaksud agar apa yang diinginkan oleh penjual dapat dipenuhi oleh pengguna facebook. Pada fungsi tuturan ini, dapat dikatakan bahwa penjual berharap kepada pengguna facebook agar dapat mewujudkan tuturannya. Adapun Prayitno (2011) menyatakan bahwa tindak tutur direktif fungsi permintaan adalah suatu tuturan yang bertujuan untuk memohon dan mengharapkan kepada mitra tutur supaya melakukan sesuatu. Penjual menggunakan fungsi permintaan pada tuturannya karena melalui fungsi tuturan tersebut penjual dapat meminta pengguna facebook agar segera menyelesaikan pembayarannya, meminta pengguna facebook agar dapat menunggu penjual saat menyiapkan pakaian yang ingin ditampilkan, meminta pengguna facebook agar dapat membagikan postingan penjual, dan lain sebagainya.

Fungsi nasihat yang bermaksud untuk memberikan petunjuk atau pelajaran agar dapat dijadikan sebagai alasan bagi pengguna facebook untuk melakukan sesuatu. Seperti yang dikemukakan Prayitno (2011) bahwa fungsi tuturan nasihat adalah suatu petunjuk yang berisi pelajaran terpetik dan baik dari penutur yang dapat dijadikan sebagai alasan bagi mitra tutur untuk melakukan sesuatu. Penjual menggunakan fungsi nasihat dalam tuturannya karena melalui fungsi tuturan tersebut penjual dapat menasihati pengguna facebook agar dapat menjadi pembeli yang bijak dan pandai dalam menentukan pilihannya. Biasanya penjual menggunakan fungsi nasihat dalam tuturannya ketika terdapat pengguna facebook yang melakukan kesalahan, kemudian penjual memberikan nasihat dengan tujuan agar pengguna facebook dapat memperbaiki atau dapat lebih baik dari kesalahan yang telah dilakukan sebelumnya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Tamrin (2020) yang mengungkapkan bahwa bentuk tindak tutur fungsi nasihat dilakukan pembeli terhadap penjual yang melakukan kesalahan atau kecurangan dengan memberi nasihat agar tidak berbuat salah atau curang lagi.

Fungsi kritik yang bermaksud untuk memberi teguran kepada pengguna facebook atas apa yang telah dilakukannya dengan tujuan agar melakukan perbaikan atas perbuatan tersebut. Adapun Prayitno (2011) menyatakan bahwa kritikan adalah tindak berbahasa yang bertujuan untuk memberikan masukan dengan keras atas tindakan mitra tutur. Penjual menggunakan fungsi kritik pada tuturannya karena melalui fungsi tuturan tersebut penjual dapat mengkritik pengguna facebook yang tidak konsisten dalam membuat pesanan, mengkritik pengguna facebook yang tidak menyelesaikan pembayarannya, mengkritik pengguna facebook yang kurang sopan, dan lain sebagainya.

Serta fungsi larangan yang bermaksud agar apa yang diucapkan oleh penjual tidak boleh dilakukan oleh pengguna facebook. Sebagaimana Prayitno (2011) menyatakan bahwa larangan merupakan tindak bahasa yang bertujuan supaya mitra tutur tidak boleh sama sekali atau dilarang melakukan sesuatu. Penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook menggunakan fungsi larangan dalam tuturannya karena melalui fungsi tuturan tersebut penjual dapat melarang pengguna facebook untuk menuliskan nomor whatsapp nya pada kolom komentar, melarang pengguna

facebook untuk meminta pakaian anak ditampilkan, melarang pengguna facebook untuk melakukan pembayaran dengan sistem COD, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa penjual pakaian muslimat di media sosial facebook menggunakan tindak tutur direktif dengan berbagai fungsi tuturan didalamnya. Fungsi tuturan tersebut berupa fungsi perintah, ajakan, permintaan, nasihat, kritik, dan larangan. Dengan fungsi tuturan perintah merupakan fungsi tuturan direktif yang paling banyak digunakan oleh penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook. Hasil penelitian tersebut memiliki kesamaan terhadap hasil penelitian yang juga mengkaji penggunaan tuturan direktif pada media sosial dilakukan oleh Mukarromah, et.all. (2021) dengan diperoleh bahwa fungsi tindak tutur direktif yang diperoleh dalam iklan layanan covid-19 di media sosial adalah tindak tutur direktif fungsi perintah, permintaan, ajakan, nasihat dan larangan.

Pada dasarnya fungsi tuturan direktif penjual digunakan untuk memberikan perintah kepada pembeli agar dapat melakukan sesuatu. Melalui tuturan yang baik dapat mewujudkan tujuan penjual yang ingin dicapai dalam proses perdagangan yang dilakukan.

### **3. Strategi Tindak Tutur Direktif Penjual *Online* Pakaian Muslimat di Media Sosial Facebook**

Strategi tuturan direktif yang digunakan oleh penjual pakaian muslimat di media sosial facebook berupa strategi tuturan langsung dan strategi tuturan tidak langsung. Strategi tuturan langsung merupakan cara penjual dalam mengungkapkan atau mengekspresikan fungsi tuturannya dengan menggunakan bentuk atau kalimat yang sesuai, hal tersebut sejalan dengan Hadwijaya et al (2021) yang mengatakan bahwa strategi tuturan langsung merupakan strategi tuturan dengan bentuk ujaran yang digunakan oleh penutur selaras dengan fungsi dari bentuk ujaran tersebut. Sehubungan dengan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa ketika penjual menggunakan bentuk deklaratif dalam memberikan informasi atau pernyataan, menggunakan bentuk imperatif dalam memberikan perintah, ataupun menggunakan bentuk interogatif dalam memberikan pertanyaan maka dapat dikatakan bahwa penjual menggunakan strategi tuturan secara langsung.

Hasil analisis data yang telah dilakukan diperoleh bahwa strategi langsung merupakan jenis strategi yang paling sering digunakan oleh penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook. Adapun strategi tuturan direktif secara langsung digunakan oleh penjual untuk memberikan perintah kepada pengguna facebook agar menghubungi penjual melalui whatsapp, memberikan instruksi kepada pengguna facebook terkait penggunaan model pakaian yang dapat divariasikan, mengajak pengguna facebook untuk memesan pakaian yang dijual, melarang pengguna facebook agar tidak mengubah pesannya dengan sesuka hati, dan lain sebagainya. Penjual menggunakan strategi tuturan secara langsung karena melalui strategi tersebut penjual dapat menyampaikan perintah, permintaan, ajakan, nasihat, kritik,

dan larangannya kepada pengguna facebook agar dapat langsung memahami apa yang telah disampaikan oleh penjual, sehingga dapat mengefisienkan waktu penjualan yang dilakukan dalam media sosial facebook. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang diperoleh Astuti (2019) yang mengungkapkan bahwa strategi tindak tutur langsung digunakan oleh penjual karena strategi tuturan langsung dapat membuat pembeli dengan mudah atau langsung memahami apa yang telah dituturkan tersebut.

Selain penggunaan strategi tuturan secara langsung, terdapat juga strategi tuturan direktif secara tidak langsung pada penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook. Strategi tuturan direktif secara tidak langsung merupakan cara penjual dalam mengungkapkan maksud atau fungsi dari tuturannya dengan menggunakan bentuk tuturan yang tidak sesuai, seperti bentuk tuturan deklaratif yang biasanya digunakan untuk menyampaikan pendapat atau memberikan informasi namun digunakan penjual untuk memberikan perintah kepada pembeli, atau bentuk interogatif yang berfungsi untuk memberikan pertanyaan agar memperoleh jawaban namun dapat digunakan oleh penjual untuk memberikan perintah agar pembeli dapat melakukan sesuatu sebagaimana yang diucapkan oleh penjual. Adapun strategi tuturan tidak langsung tersebut digunakan oleh penjual untuk memberikan perintah namun dengan bentuk tuturan yang tidak sesuai, seperti saat penjual menggunakan bentuk deklaratif dalam menawarkan pengguna facebook agar membeli pakaian yang ditawarkan, serta menggunakan bentuk introgatif dalam memerintahkan pengguna facebook untuk memperjelas maksud dari komentar yang dituliskan pada kolom komentar saat mengikuti siaran langsung.

Penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook menggunakan strategi tuturan secara tidak langsung dengan menggunakan bentuk tuturan deklaratif dan interogatif dalam memerintahkan, meminta, menasihati, mengkritik ataupun melarang pengguna facebook agar dapat membuat pengguna facebook merasa bahwa dirinya tidak sedang diperintah, dinasihati, atau dikritik oleh penjual. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang diperoleh Harjanto (2012) yang mengkaji terkait strategi tindak tutur pada penjual jamu dengan mengungkapkan bahwa strategi tuturan tidak langsung pada penjual memanfaatkan kalimat tanya (interogatif) atau kalimat berita (deklaratif) supaya seseorang yang diperintah tidak merasa dirinya diperintah. Strategi tuturan direktif tidak langsung digunakan penjual sebagai bentuk dalam menjaga kesopanan saat berkomunikasi sehingga pembeli dapat merasa nyaman. Sebagaimana hasil penelitian Firmanila (2016) yang mengungkapkan bahwa pedagang lebih memilih menggunakan kalimat yang lebih sopan dan tidak melukai perasaan lawan bicaranya. Hal tersebut menandakan bahwa pentingnya kesopanan dalam bertutur pada penjual, agar pembeli merasa dihargai dan dapat mengapresiasi sikap sopan yang ditunjukkan oleh penjual tersebut, sehingga pelanggan yang dihargai akan lebih senang dan menganggap bahwa bisnis yang dijalani tersebut berusaha yang terbaik dalam memberikan pelayanan.

## KESIMPULAN

Bentuk tindak tutur direktif yang digunakan oleh penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook yaitu bentuk deklaratif, bentuk imperatif, dan bentuk introgatif. Ketiga bentuk tersebut digunakan oleh penjual untuk mewujudkan tuturan direktif terhadap pengguna facebook selaku pembeli.

Fungsi tindak tutur direktif yang digunakan oleh penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook yaitu fungsi perintah, fungsi ajakan, fungsi permintaan, fungsi nasihat, fungsi kritikan, dan fungsi larangan. Penggunaan beragam fungsi tindak tutur direktif pada penjual direpresentasikan dalam rangka memberikan perintah kepada pengguna facebook atau agar pengguna facebook dapat melakukan sesuatu.

Strategi tindak tutur direktif pada penjual *online* pakaian muslimat di media sosial facebook yaitu strategi langsung dan strategi tidak langsung. Beragam strategi tindak tutur direktif yang digunakan oleh penjual direpresentasikan sebagai bentuk kesopanan penjual dalam bertutur terhadap pengguna facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, S. 2017. Kesantunan Tindak Tutur Direktif Antarguru di SDIT Ukhuwah Banjarmasin (The Politeness of Directive Speech Act Used Among Teachers of Sdit Ukhuwah Banjarmasin). *Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajarannya*, 6(2), 237-244.
- Ardianto, A. 2013. Tindak Tutur Direktif Guru dalam Wacana Interaksi Kelas Anak Tunarungu. *LITERA*, 12(1).
- Astuti, S. P. 2019. Tuturan Langsung dan Tidak Langsung antara Penjual dan Pembeli di Pasar Tradisional Semarang. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 14(2), 239-252.
- Firmanila, R. 2016. Strategi Tindak Tutur Langsung dan Tidak Langsung Pedagang Perancangan dalam Menerima dan Menolak Pembeli Ditinjau dari Fungsi dan Modus Tuturan di Pasar Tanjung. Skripsi. Jember. Universitas Jember.
- Fitriani, R., & Prabawa, A. H. 2021. Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beli Daring di Akun Instagram@ M2mfashionstore (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Gunawan, F. 2013. Wujud kesantunan berbahasa mahasiswa terhadap dosen di STAIN Kendari: Kajian Sosiopragmatik. *Jurnal Arbitrer*, 1(1), 8-18.
- Harjanto, H. 2012. Pemakaian Tindak Tutur Direktif di Kalangan Penjual Jamu Pasar Klewer Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Mukarromah, N., Sumarti, E., & Ahmad, H. 2021. Tindak Tutur Direktif dalam Iklan Layanan Masyarakat Covid-19 di Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Sastra, Lingua, Dan Pembelajarannya (Salinga)*, 1, 336–341.

- Pratiwi, A. R. 2019. Cara Penjual dan Pembeli Bertindak Tutar Direktif Dalam Percakapan di Forum Jual Beli Situs Pasar *Online* Kaskus. *Etnolingual*, 3(2), 131-141.
- Prayitno, H. J. 2011. *Kesantunan Sosiopragmatik*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Press.
- Sari, R. L. T., Sumarlam, S., & Purnanto, D. 2016. Tindak Tutar Dalam Proses Jual Beli Di Pasar Tradisional Surakarta. *PRASASTI: Journal of Linguistics*, 1(1), 137–150.
- Tamrin & Nursyamsi. 2020. Bentuk Tindak Tutar Direktif dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Kota Palu. *Jurnal*, Vol. 19, No.1, Juni 2020