



Analisis Tindak Tutur Direktif dalam *Review Produk Online* oleh *Influencer Fadil Jaidi*

Abharina Azaria Setya Ghassani^{1*}, Aufa Aisyah Zerlina², Hana Khairunnisa³, Novrita Andriana Fitri⁴,
Asep Purwo Yudi Utomo⁵, Dwi Setiyawan⁶, Ramadhan Kusuma Yuda⁷

¹⁻⁴Sastra Indonesia, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

⁵Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

⁶Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP Darussalam Cilacap, Indonesia

⁷Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas PGRI Pontianak, Indonesia

*Penulis korespondensi: abharinaza@students.unnes.ac.id¹

Abstract. *This research aims to analyze the behavior and function of speech acts used by Fadil Jaidi in reviewing products online, which encourages the interlocutor to take action. This research is based on persuasive language, which has a big role in influencing consumers. The methods used in this study are methodological approach and theoretical approach. The data sources used in this study are fragments of speech discourse included in directive speech acts in several videos uploaded by Fadil Jaidi on digital platforms. The results show that there are nine forms of directive speech acts in several online product review videos by influencer Fadil Jaidi, namely (1) suggestive speech, (2) ordering speech, (3) commanding speech, (4) forcing speech, (5) convincing speech, (6) inviting speech, (7) urging speech, (8) questioning speech, (9) requesting speech. With this research, readers are expected to be able to understand the forms of directive speech acts as well as the intentions of the speech performed by Fadil Jaidi through online product review videos.*

Keywords: *directive speech acts; Fadil Jaidi; pragmatics; product; review*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku dan fungsi tindak tutur yang digunakan oleh Fadil Jaidi dalam mengulas produk secara *online*, yang mendorong lawan tutur melakukan sebuah tindakan. Penelitian ini didasari adanya penggunaan bahasa persuasif yang memiliki peran besar dalam memengaruhi konsumen. Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan metodologis dan pendekatan teoritis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggalan wacana tuturan yang termasuk dalam tindak tutur direktif dalam beberapa video yang diunggah oleh Fadil Jaidi dalam *platform digital*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sembilan bentuk tindak tutur direktif dalam beberapa video *review produk online* oleh *influencer* Fadil Jaidi, yaitu (1) tuturan menyarankan, (2) tuturan menyuruh, (3) tuturan memerintah, (4) tuturan memaksa, (5) tuturan meyakinkan, (6) tuturan mengajak, (7) tuturan mendesak, (8) tuturan bertanya, (9) tuturan meminta. Dengan adanya penelitian ini, pembaca diharapkan mampu memahami bentuk-bentuk tindak tutur direktif serta maksud dari tuturan yang dilakukan oleh Fadil Jaidi melalui video *review produk secara online*.

Kata Kunci: Fadil Jaidi; pragmatic; produk; tindak tutur direktif; ulasan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, termasuk dalam hal mencari informasi dan membuat keputusan pembelian produk. Hariyanti & Wirapraja (2018) mengatakan adanya pengaruh *influencer* media sosial terhadap keputusan pembelian produk. Melalui media sosial, peran *influencer* baik sebagai *brand ambassador*, *endorsement* dan *paid promo* memiliki pengaruh besar dalam promosi produk. *Celebrity Endorsement* adalah tempat periklanan untuk melakukan promosi secara langsung menggunakan artis yang terkenal di kalangan masyarakat luas. Hal ini dilakukan agar *brand awareness* meningkat secara pesat (Garthwaite, 2014). Menurut data dari *We Are Social* (2024), pengguna aktif media sosial di Indonesia telah mencapai 139 juta orang, atau setara dengan 49,9% dari total populasi. Fenomena ini memunculkan bentuk komunikasi baru dalam dunia pemasaran, di mana *influencer* tidak hanya sekadar memberikan informasi, tetapi juga

menggunakan berbagai strategi bahasa untuk mempengaruhi audiens. Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah penggunaan tindak tutur direktif, yaitu jenis tindak tutur yang bertujuan untuk membuat mitra tutur melakukan sesuatu. Tindak tutur adalah perilaku berbahasa seseorang yang berupa ujaran dalam sebuah peristiwa tutur (Aziza et al., 2021). Dalam konteks ulasan produk *online*, tindak tutur direktif dapat berupa ajakan, permintaan, saran, atau bahkan perintah yang diekspresikan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan mempengaruhi keputusan konsumen.

Fadil Jaidi, sebagai salah satu *influencer* dengan jumlah pengikut yang signifikan di Indonesia, memiliki peran penting dalam membentuk opini dan perilaku konsumen melalui ulasan produk yang dibuatnya. Gaya komunikasinya yang khas dan penggunaan tindak tutur direktif dalam kontennya menarik untuk diteliti, karena dapat memberikan gambaran tentang strategi linguistik yang digunakan *influencer* untuk memengaruhi audiens. Pragmatik merupakan salah satu ilmu dalam linguistik yang menyangkut aspek maksud dibalik tuturan seseorang sehingga dalam memahami maksud tuturan dalam berkomunikasi dibutuhkan konteks tuturan yang kuat (Kholid et al., 2024). Tidak setiap tuturan yang sama memiliki maksud yang sama pula. Menurut Setiawati & Alber (2023) dalam suatu tindak tutur terdapat konteks yang menjadi pelengkap suatu tuturan dan memiliki peran penting, dari adanya konteks inilah yang membedakan situasi ujar dan memengaruhi makna dalam suatu tuturan yang sama.

Penelitian ini dilakukan dengan alasan bahwa terdapat kebutuhan untuk memahami bagaimana *influencer*, khususnya Fadil Jaidi, menggunakan tindak tutur direktif dalam ulasan produk untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam ilmu pragmatik kajiannya seputar penggunaan bahasa salah satunya adalah tindak tutur (Putri et al., 2023). Menurut Rahmania et al. (2022), tindak tutur terjadi dalam komunikasi yang terjalin antara mitra tutur dan penutur dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, Zafiera et al. (2024) menyebutkan bahwa tindak tutur merupakan suatu bentuk tindakan kebahasaan yang tercipta dari berbicara antara penutur dengan lawan bicaranya dalam konteks yang dimaksud. Rahmasari & Utomo (2021) juga menambahkan bahwa makna dan maksud tuturan dapat dipahami berdasarkan dengan konteks yang dimaksud penutur. Tindak tutur direktif merupakan sebuah tuturan yang bukan hanya bermaksud menyampaikan informasi, akan tetapi juga bermaksud untuk melakukan sesuatu (H. Oktapiantama et al., 2023). Di tengah arus informasi yang begitu masif, konsumen seringkali mengandalkan pendapat *influencer* sebagai referensi dalam membuat keputusan pembelian. Menurut survei yang dilakukan oleh Nielsen (2023), 59% konsumen Indonesia cenderung mempercayai rekomendasi dari *influencer* yang mereka ikuti dibandingkan iklan

konvensional. Ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh *influencer* dalam membentuk perilaku konsumen.

Analisis tindak tutur direktif dalam ulasan produk *online* menjadi penting untuk diteliti karena beberapa alasan. Pertama, tindak tutur direktif memiliki kekuatan ilokusi yang dapat mempengaruhi perilaku pembaca atau pendengar. Kedua, pemahaman terhadap strategi persuasif yang digunakan dalam tindak tutur direktif dapat memberikan wawasan tentang efektivitas komunikasi pemasaran melalui *influencer*. Ketiga, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan literasi media bagi masyarakat, khususnya dalam memahami teknik persuasi yang digunakan oleh *influencer*.

Dari perspektif teoretis, penelitian ini didukung oleh teori dan penelitian terdahulu yang relevan. Teori tindak tutur oleh George (1996) dalam bukunya *Pragmatics*, Yule menjelaskan bahwa tindak tutur direktif adalah bentuk ucapan yang bertujuan untuk mempengaruhi mitra tutur agar melakukan suatu Tindakan. Yule juga menyatakan bahwa tindak tutur ini bisa berbentuk permintaan, perintah, atau saran yang memiliki tujuan komunikasi yang mengarahkan perilaku pendengar. Austin (1962) dalam bukunya *How to Do Things with Words* dan Searle (1969) dalam *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language* menegaskan bahwa efektivitas tindak tutur direktif bukan hanya ditentukan oleh pembicara tetapi juga oleh bagaimana pendengar memaknai dan merespon tuturan tersebut.

Penelitian ini didasarkan pada hasil pengamatan empiris terhadap akun *Instagram* @fadiljaidi yang memiliki 13,7 juta pengikut (per April 2025). Hasil pengamatan terhadap konten Fadil Jaidi melalui akun *Instagram* menunjukkan penggunaan pola bahasa persuasif yang konsisten, terutama tindak tutur direktif yang secara langsung memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari observasi sistematis terhadap 10 konten ulasan produk selama periode Maret 2024-Maret 2025, ditemukan pola penggunaan tindak tutur direktif yang konsisten dan menjadi ciri khas gaya komunikasinya. Pengamatan terhadap konten Fadil Jaidi menunjukkan rata-rata 1-10 juta tayangan dan 1.000-5.000 komentar per unggahan, yang mengindikasikan tingginya tingkat keterlibatan audiens (*engagement rate*). Ini mengungkapkan variasi tindak tutur direktif dari perintah halus hingga saran yang dikemas dalam narasi personal, yang secara konsisten mendapatkan respons positif yang diukur dari jumlah *likes* dan komentar positif.

Penelitian ini juga akan menggunakan pendekatan resepsi untuk melihat bagaimana audiens merespon tindak tutur direktif yang digunakan oleh Fadil Jaidi. Hal ini penting karena efektivitas tindak tutur direktif tidak hanya ditentukan oleh pembicara (dalam hal ini *influencer*), tetapi juga oleh bagaimana pendengar atau pembaca memaknai dan merespon

tuturan tersebut (Austin, 1962; Searle, 1969). Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika komunikasi antara *influencer* dan audiens dalam konteks ulasan produk *online*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) mengidentifikasi dan mengklasifikasikan jenis-jenis tindak tutur direktif yang digunakan oleh Fadil Jaidi dalam ulasan produk *online*; (2) menganalisis strategi linguistik yang diterapkan dalam tindak tutur direktif tersebut; (3) mengeksplorasi konteks sosial-budaya yang melatarbelakangi penggunaan tindak tutur direktif; dan (4) menyelidiki bagaimana audiens merespon tindak tutur direktif yang digunakan oleh Fadil Jaidi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini akan memperkaya kajian pragmatik, khususnya dalam konteks komunikasi digital dan pemasaran melalui *influencer*. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk pengembangan teori tindak tutur dalam konteks media sosial serta pemasaran digital yang masih relatif baru dan terus berkembang. Seperti yang dikemukakan oleh Crystal (2011), menjelaskan bahwa internet telah mempercepat proses perubahan bahasa, sehingga perubahan tersebut lebih cepat terlihat. Ia juga mencatat bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk mencampur berbagai elemen bahasa dalam komunikasi sehari-hari, mencerminkan kreativitas dan fleksibilitas bahasa dalam konteks digital.

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Bagi para praktisi pemasaran dan *influencer*, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan persuasi dalam ulasan produk. Bagi konsumen dan masyarakat umum, penelitian ini dapat meningkatkan literasi media dalam memahami strategi persuasi yang digunakan oleh *influencer*, sehingga dapat membuat keputusan pembelian yang lebih kritis dan rasional. Bagi regulator dan pemangku kebijakan, temuan dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun regulasi terkait praktik *endorsement* dan pemasaran melalui *influencer* yang semakin berkembang di Indonesia.

Dengan demikian, penelitian tentang analisis tindak tutur direktif dalam *review produk online* oleh *influencer* Fadil Jaidi tidak hanya relevan dalam konteks akademis, tetapi juga memiliki implikasi yang luas terhadap praktik komunikasi pemasaran digital dan literasi media di era informasi yang semakin kompleks ini. Melalui pendekatan yang komprehensif dan multidisipliner, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami fenomena komunikasi pemasaran melalui *influencer* dari perspektif linguistik.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologis dan pendekatan teoritis. Pendekatan deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan dalam pendekatan metodologis. Sedangkan teori pragmatik merupakan metode yang digunakan dalam pendekatan teoritis. Wijayanti & Utomo (2021) menyebutkan bahwa kajian pragmatik dilakukan dengan mempertimbangkan konteks tuturan yaitu latar belakang berbagai pengetahuan yang harus dipahami oleh penutur maupun mitra tutur. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif memaparkan data lapangan tanpa ada rekayasa (Safira & Utomo, 2020). Data dalam penelitian ini adalah penggalan wacana tuturan yang terdapat dalam *review* produk *online* oleh *influencer* Fadil Jaidi yang diduga termasuk dalam tindak tutur direktif. Pendekatan ini memiliki tujuan untuk mengetahui penggunaan bahasa dalam mendeskripsikan sebuah produk secara *online*. Penelitian ini mengkaji tindak tutur direktif dengan mengamati cara *influencer* yaitu Fadil Jaidi dalam menyampaikan dan mengajak audiens agar terpengaruh untuk mencoba produk yang dipromosikan.

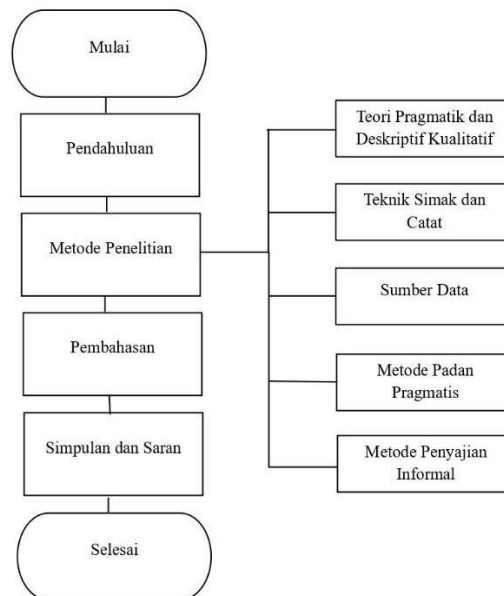
Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua tuturan yang ada di dalam beberapa video yang diunggah oleh Fadil Jaidi pada *platform* digital, seperti Instagram dan TikTok yang kemudian dikumpulkan dan didokumentasikan. Setelah data terkumpul, peneliti dapat mengidentifikasi jenis tindak tutur direktif yang digunakan *influencer* Fadil Jaidi, seperti adanya ajakan, saran, perintah, serta permintaan agar audiens tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Teknik yang diterapkan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah teknik simak dan catat. Metode simak digunakan untuk mengamati tindak tutur direktif yang muncul dalam *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi dalam memengaruhi audiens dalam mencoba sebuah produk. Data yang berupa bahasa lisan yang telah dikumpulkan tersebut kemudian disalin dalam bentuk naskah tulisan. Teknik catat adalah teknik yang dilakukan dengan cara mencatat bentuk tindak tutur direktif yang ada pada video *review* produk *online* Fadil Jaidi.

Peneliti melakukan analisis data menggunakan metode padan yaitu metode padan pragmatis dengan mengaitkan bahasa dan unsur di luar bahasa. Sudaryanto (2015) mengatakan bahwa metode padan didefinisikan sebagai metode analisis bahasa yang penentunya tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan. Konteks luar bahasa yang dimaksud dalam metode ini mencakup situasi dalam komunikasi dan maksud tuturan. Setelah melakukan analisis data, dilanjutkan dengan tahap penyajian data dengan metode informal. Metode informal adalah metode penyajian dengan memanfaatkan untaian kata-kata biasa agar menjadi

rinci dan terurai. Melalui metode ini, data disajikan dengan mendeskripsikan tindak tutur direktif yang terdapat dalam video *review* produk *online* oleh *influencer* Fadil Jaidi yang diuraikan secara jelas dengan kata-kata yang lebih praktis agar lebih mudah memahami maksud tuturan yang disampaikan oleh Fadil Jaidi.

Diagram Alir

Tahapan proses pengerjaan artikel ini dapat dilihat pada diagram alir berikut.



Gambar 1. Diagram Alir

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tindak tutur direktif berusaha mengekspresikan maksud penutur, sehingga ujaran atau sikap yang diekspresikan dijadikan sebagai alasan untuk bertindak oleh mitra tutur. (Oktapiantama & Utomo, 2021) menyebutkan bahwa tindak tutur direktif merupakan suatu tuturan atau tindakan yang ditujukan kepada mitra tutur dengan cara mengekspresikan maksud atau keinginan penutur sehingga tuturan atau ujaran yang diekspresikan menjadi sebuah alasan untuk mitra tutur dalam bertindak. Tindak tutur direktif dalam penggunaannya pada video *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi ini merupakan sebuah bentuk ujaran yang diucapkan oleh Fadil Jaidi untuk mempromosikan produk, agar audiensnya terpengaruh untuk melakukan sebuah tindakan yang didasari oleh ujarannya. Tindak tutur direktif juga dapat disebut sebagai tindak tutur impositif (Utomo et al., 2023) yang maksudnya adalah tindak tutur yang ditujukan oleh penutur kepada mitra tutur agar melakukan tindakan yang diujarkan dalam tuturan penutur (Faroh & Utomo, 2020).

Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan oleh peneliti adalah fungsi menyarankan, fungsi menyuruh, fungsi memerintah, fungsi memaksa, fungsi meyakinkan, fungsi mengajak, dan fungsi mendesak. Fungsi menyarankan adalah fungsi yang dilakukan oleh penutur dengan maksud memberi saran kepada mitra tutur. Fungsi menyuruh adalah fungsi yang dilakukan oleh penutur dengan memberi suruhan kepada mitra tutur. Fungsi memerintah adalah fungsi yang dilakukan oleh penutur agar mitra tutur melakukan sesuatu (Nabila et al., 2023). Fungsi memaksa adalah fungsi yang dilakukan oleh penutur dengan memberi paksaan kepada mitra tutur. Fungsi meyakinkan adalah fungsi yang dilakukan oleh penutur dengan cara meyakinkan mitra tutur. Fungsi mengajak adalah fungsi yang berisi ajakan penutur kepada mitra tutur. Fungsi mendesak adalah fungsi yang berisi desakan penutur kepada mitra tutur. Fungsi bertanya adalah fungsi yang berisi pertanyaan penutur kepada mitra tutur. Fungsi meminta adalah fungsi yang berisi permintaan penutur kepada mitra tutur.

Bentuk Tindak Tutur Direktif dalam Beberapa Video Review Produk Online oleh Fadil Jaidi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap beberapa video review produk online oleh Fadil Jaidi ditemukan beberapa fungsi tindak tutur direktif yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Fungsi tindak tutur direktif ini berjumlah sembilan, yang meliputi (1) tuturan menyarankan berjumlah empat tuturan, (2) tuturan menyuruh berjumlah satu tuturan, (3) tuturan memerintah berjumlah satu tuturan, (4) tuturan memaksa berjumlah satu tuturan, (5) tuturan meyakinkan berjumlah dua tuturan, (6) tuturan mengajak berjumlah satu tuturan, (7) tuturan mendesak berjumlah satu tuturan, (8) tuturan bertanya berjumlah satu tuturan, dan (9) tuturan meminta berjumlah satu tuturan. Hasil analisis fungsi tindak tutur direktif dari sumber data dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Tindak Tutur Direktif dalam Review Produk Online Oleh Influencer Fadil Jaidi.

No.	Tindak Tutur Direktif	Jumlah Tuturan
1.	Tuturan Menyarankan	4
2.	Tuturan Menyuruh	1
3.	Tuturan Memerintah	1
4.	Tuturan Memaksa	1
5.	Tuturan Meyakinkan	2
6.	Tuturan Mengajak	1
7.	Tuturan Mendesak	1
8.	Tuturan Bertanya	1
9.	Tuturan Meminta	1
Jumlah Data		13

Fungsi Tindak Tutur Direktif dalam Beberapa Video Review Produk Online oleh Fadil Jaidi

Tuturan Menyarankan

Tuturan menyarankan dalam suatu percakapan adalah bentuk tindak tutur direktif yang berisi saran untuk mitra tutur. Menurut Prawita & Utomo (2020), tindak tutur menyarankan merupakan fungsi tindak tutur untuk memberi saran kepada mitra tutur agar melakukan hal yang disampaikan dalam tuturan tersebut. Temuan tindak tutur direktif menyarankan dalam beberapa video *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 1

KONTEKS : Fadil Jaidi memberi saran kepada para lelaki yang memiliki permasalahan terkait jerawat di wajahnya untuk memakai sabun cuci muka merek Kahf.

Fadil Jaidi : **“Buat cowok-cowok yang mau menghilangkan jerawat dalam waktu tujuh hari, jangan lupa diingetin namanya nih, Kahf Face Wash Acne and Pore Cleanser!”**

b. Data 2

KONTEKS : Fadil Jaidi memberi saran kepada para lelaki yang memiliki permasalahan terkait jerawat di wajahnya untuk memakai sabun cuci muka merek Kahf.

Fadil Jaidi : **“Ini ada sabun muka Kahf ya guys ya. Ini apalagi buat cowok-cowok yang gampang banget jerawat, ini dia solusinya!”**

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif fungsi menyarankan. Segmen tersebut menunjukkan saran dari penutur yaitu Fadil Jaidi kepada audiens untuk memakai sabun cuci muka merek Kahf. Pada tuturan yang pertama Fadil Jaidi menyapa dengan tuturan *Buat cowok-cowok yang gampang banget jerawat* menunjukkan adanya kriteria spesifik bagi audiens yang ingin menggunakan produk tersebut. Penutur memberikan anjuran kepada audiens (dalam hal ini para lelaki yang memiliki masalah jerawat) untuk menggunakan produk tertentu, yaitu sabun cuci muka merek Kahf. Selanjutnya pada tuturan kedua Fadil Jaidi menyarankan dengan tuturan *ini dia solusinya!* menjadi penanda adanya bentuk saran, karena digunakan untuk menyatakan bahwa produk tersebut adalah jawaban dari permasalahan yang dihadapi audiens, yang bermaksud akan ada solusi yang ditawarkan dan inti dari tuturan tersebut. Dari tuturan tersebut, Fadil Jaidi berharap target audiensnya mengikuti saran yang telah dia berikan.

c. Data 3

KONTEKS : Fadil Jaidi sedang mencoba produk kecantikan gel moisturizer dengan beberapa macam jenis produk yang kegunaannya berbeda-beda untuk permasalahan kulit di wajah.

Fadil Jaidi : **“... jadi buat kalian yang mau coba, bisa langsung disesuaikan sama permasalahan kulit kalian!”**

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif dengan bentuk memberikan saran atau ajakan kepada audiens untuk mencoba produk yang dipromosikan. Tindak tutur ini termasuk direktif karena bertujuan memengaruhi mitra tutur (audiens) supaya melakukan suatu tindakan. Dalam tuturan *buat kalian yang mau* mengindikasikan bahwa Fadil tidak memaksa, melainkan menawarkan opsi untuk audiens yang berminat. Melalui tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk saran, Fadil Jaidi berhasil menciptakan ajakan yang terkesan tidak memaksa dan memberikan ruang pilihan bagi audiens, meskipun tujuan utamanya tetap mengarahkan audiens untuk mencoba atau membeli produk yang dipromosikan.

d. Data 4

KONTEKS : Fadil Jaidi sedang melakukan parodi dengan dirinya sendiri dan menawarkan solusi untuk belanja di Lazada.

Fadil Jaidi : **“Nggak usah, nggak usah keluar rumah. Mending kita belanja lewat Lazada aja ya!”**

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif memberi saran kepada mitra tutur agar tidak perlu belanja di luar dan menyarankan agar belanja lewat salah satu toko *online* yaitu Lazada. Dalam tuturan *“Nggak usah, nggak usah”* sebagai penekanan yang memperkuat saran untuk tidak melakukan aktivitas tertentu (keluar rumah). Sebagai bagian dari promosi Lazada, tuturan ini bertujuan mengarahkan audiens untuk menggunakan *platform* tersebut. Tuturan saran yang diucapkan oleh Fadil Jaidi ini memberikan opsi yang lebih praktis kepada audiens.

Analisis tuturan menyarankan juga ditemukan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Arvelia et al. (2022) yaitu dalam artikel yang berjudul “Analisis Tindak Tutur Direktif Beserta Fungsinya pada Kumpulan Cerita Pendek Senyum Karyamin karya Ahmad Tohari”. *“Sudah, Min. Pulanglah. Kukira hatimu tertinggal di rumah sehingga kamu loyo terus,” Kata Sarji.* Dalam kutipan tersebut, terlihat bahwa tokoh Sajri dengan jelas memberi saran pada tokoh Karyamin untuk pulang ke rumah karena tergelincir tiga kali saat berada di sungai. Tuturan yang disampaikan oleh tokoh Sajri kepada tokoh Karyamin termasuk ke dalam tindak tutur direktif menyarankan karena berisi saran yang ditujukan kepada mitra tutur. Hal ini pun beririsan dengan tuturan Fadil Jaidi dengan fungsi menyarankan.

Tuturan Menyuruh

Tuturan menyuruh dalam suatu percakapan adalah bentuk tindak tutur direktif yang berisi suruhan kepada mitra tutur. Tuturan menyuruh dilakukan oleh penutur dengan maksud supaya penutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi suruhan (Wulandari, 2015). Temuan tindak tutur direktif menyuruh dalam beberapa video *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 5

KONTEKS : Fadil Jaidi menyuruh audiens, terutama para lelaki yang memiliki masalah berjerawat untuk membeli sabun cuci muka merek Kahf di toko *online*.

Fadil Jaidi : “**Kalian bisa beli di e-commerce kesayangan kalian, ya!** Pokoknya di mana-mana udah ada dan pasti kalian nunggu sabun muka yang bisa diminum yak an? Nah, itu sabun muka yang bisa diminum itu nggak ada. Nggak ada ya *guys* ya.”

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif fungsi menyuruh. Segmen tersebut menunjukkan bahwa Fadil Jaidi memberi suruhan para penonton untuk membeli sabun cuci muka Kahf melalui toko *online* yang ada dengan tuturan *bisa beli di e-commerce kesayangan kalian!* menunjukkan anjuran agar membeli produk Kahf yang disambung dengan memperjelas tempat yang fleksibel untuk membeli produk tersebut. Tuturan tersebut memudahkan audiens untuk mendapatkan produk yang disebutkan oleh Fadil Jaidi.

Analisis tuturan menyuruh juga ditemukan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Khoerunnisa et al. (2023) yaitu dalam artikel yang berjudul, “Bentuk Tindak Tutur Direktif dalam Dialog Novel Lingkar Tanah Air karya Ahmad Tohari: Analisis Teori Searle R. John”. “*Kalian dengar? Cari kapak! Itu di sana ada kampung. Pinjam kapak di sana dan tebang pohon trambesi itu. Rintangan dekat jembatan masih terlalu tipis. Hayo! Hayo!*” Dalam kutipan di atas, tokoh tentara dalam novel Lingkar Tanah Air memberikan suruhan kepada tokoh Amid dan temannya untuk mencari kapak. Tuturan tersebut dilontarkan dalam situasi perang. Dapat dilihat bahwa tokoh tentara dalam novel tersebut menggunakan intonasi tinggi karena melihat tokoh Amid dan temannya yang diam tidak melakukan apa-apa. Tuturan yang disampaikan oleh tokoh tentara kepada tokoh Amid dan temannya termasuk ke dalam tindak tutur direktif menyuruh karena berisi suruhan yang ditujukan oleh tokoh Amid dan temannya.

Tuturan Memerintah

Perintah merupakan sebuah ujaran yang diucapkan oleh penutur kepada lawan tutur untuk melakukan tindakan yang sesuai keinginan penutur. Tuturan memerintah diutarakan agar lawan tutur mengerjakan yang diinginkan oleh penutur. Safitri & Utomo (2020) menjelaskan bahwa tindak tutur memerintah adalah tindak tutur yang dilakukan penutur dalam mengatakan suatu tuturan dengan maksud untuk memerintahkan mitra tutur agar melakukan sesuatu. Temuan tindak tutur direktif memerintah dalam beberapa video *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 6

KONTEKS : Fadil Jaidi bertanya tips agar tetap kuat saat sedang berpuasa. Lalu, dijawab oleh Pak Muh dengan perintah untuk mengonsumsi Pocari Sweat saat sahur, saat berbuka puasa, dan saat malam.

Fadil Jaidi : “Tipsnya dong Prof, biar puasanya kuat!”

Pak Muh : **“Makanya minum Pocari Sweat di saat sahur, saat berbuka puasa, dan saat malam!”**

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif fungsi memerintah. Segmen tersebut menunjukkan perintah dari penutur yaitu Pak Muh kepada Fadil Jaidi untuk mengonsumsi Pocari Sweat agar kuat saat berpuasa. Terlihat dari tuturan Pak Muh yang menggunakan kata *makanya* menunjukkan perintah secara halus agar audiens membeli produk dan mengonsumsi produk Pocari Sweat. Walaupun dibalut dengan percakapan yang santai, Pak Muh sebagai penutur memiliki intensi yang kuat untuk mempromosikan produk tersebut dengan menggunakan kalimat persuasif untuk memerintahkan audiens agar mengonsumsi Pocari Sweat. Penutur menyampaikan perintah secara tidak langsung dengan gaya tutur yang bersifat sugestif namun tetap mengarahkan pendengar untuk melakukan suatu tindakan, yaitu mengonsumsi produk Pocari Sweat.

Analisis tuturan memerintah juga ditemukan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Islamiati et al. (2020) yaitu dalam artikel yang berjudul “Tindak Tutur Direktif dalam Film Keluarga Cemara Sutradara Yandy Laurens dan Implikasi terhadap Pendidikan”.

Emak : “*Eeeit, ntar dulu, ulang dulu.*”

Abah : “*Acaranya jam 4, tiup lilinnya jam setengah.*”

Percakapan tersebut merupakan interaksi yang dilakukan oleh emak dan abah mengenai acara ulang tahun anak mereka. Dalam percakapan itu, sang abah yang akan berangkat kerja diingatkan oleh si emak tentang waktu acara ulang tahun anak mereka, agar sang abah tak melewatkan momen tersebut. Emak mengatakan bahwa acaranya jam empat, tiup lilinnya jam setengah empat, kemudian memerintah abah untuk mengulangi ucapannya yang dapat dilihat dari tuturan “*ulang dulu*”. Tuturan “*ulang dulu*” termasuk ke dalam tindak tutur memerintah karena berisi perintah yang ditujukan kepada abah oleh emak.

Tuturan Memaksa

Tuturan memaksa dalam suatu percakapan adalah bentuk tindak tutur direktif yang berisi paksaan penutur kepada mitra tutur. Tuturan memaksa adalah tuturan yang didalamnya terdapat tekanan atau paksaan dan dapat diketahui dari intonasi saat bertutur (Luqyana et al., 2022). Temuan tindak tutur direktif memaksa dalam beberapa video *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 7

KONTEKS : Fadil Jaidi sedang mencicipi oleh-oleh Bali dari *brand* Chocomory yaitu Tikermom.

Fadil Jaidi : “Ini enak ya guys ya. Ini menurutku bahannya *premium*. Lihat nih ya! Almondnya aja dia ada banyak, terus yang kopi ini bener-bener pas bungkusnya baru dibuka baunya mentep! Terus yang *originalnya* juga *best*! Ini mantep banget, **pokoknya kalian harus banget cobain sih!**”

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif fungsi memaksa. Segmen tersebut menunjukkan paksaan dari penutur yaitu Fadil Jaidi untuk mencoba Tikermom “...*pokoknya kalian harus banget cobain sih!*”. Kata *harus* secara leksikal memang menandakan keharusan atau kewajiban yang kuat. Dalam tuturan Fadil Jaidi, ia tidak hanya menginformasikan produk Tikermom saja, tetapi juga menyampaikan secara langsung kepada audiens bahwa ia telah mencoba produk tersebut. Menekankan bahwa Fadil Jaidi merekomendasikan produk Tikermom karena sudah mengonsumsinya secara pribadi dan akan berdampak pada kepercayaan audiens. Tentu saja ia hal ini terlihat dari bagaimana Fadil Jaidi memaksa audiens agar membeli produk Tikermom. Tuturan tersebut diujarkan oleh Fadil Jaidi dalam bentuk paksaan untuk audiensnya agar membeli produk Tikermom.

Analisis tuturan memaksa juga dilakukan oleh Afham & Utomo (2021) yaitu dalam artikel yang berjudul “Tindak Tutur Direktif dalam Drama Musikal Tonightshow Ternyata Bawang Goreng Lebih Laku daripada Bawang Bombay”.

Ibu Tiri : “Kamu sudah membersihkan taman ini seperti yang aku bilang hah?!”

Bawang Goreng : “Sudah Mak.”

Ibu Tiri : “Jangan sampai Bawang Bombay datang melihat sedikitpun kotoran, nanti akan murka, ngerti kamu!”

Dalam kutipan di atas, tokoh Ibu Tiri memberikan paksaan kepada tokoh Bawang Goreng untuk membersihkan taman dan tidak boleh ada kotoran sedikitpun. Tuturan tersebut ditujukan untuk memaksa Bawang Goreng agar membersihkan taman dengan benar-benar bersih supaya saat tokoh Bawang Bombay datang, ia tidak murka. Pemaksaan Ibu Tiri terlihat jelas dari intonasinya yang tinggi saat bertutur kepada Bawang Goreng. Tuturan yang disampaikan oleh Ibu Tiri kepada tokoh Bawang Goreng termasuk ke dalam tindak tutur direktif memaksa karena berisi paksaan atau tekanan yang ditujukan kepada Bawang Goreng.

Tuturan Meyakinkan

Tuturan meyakinkan dalam suatu percakapan adalah bentuk tindak tutur direktif yang berisi pengaruh dari penutur yang ditujukan untuk mitra tutur agar melakukan tindakan sesuai keinginan penutur dengan cara meyakinkan. Tuturan meyakinkan tidak hanya berisi informasi yang disampaikan oleh penutur kepada mitra tutur, tetapi juga membangun keyakinan mitra

tutur perihai dengan keinginan yang diujarkan oleh penutur. Temuan tindak tutur direktif meyakinkan dalam beberapa video *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 8

KONTEKS : Fadil Jaidi menawarkan produk makanan beku yaitu ayam untuk Hari Raya Idulfitri kepada audiens.

Fadil Jaidi : “Ih tenang aja, Kak. Kalo Kakak checkout nya di Lazada Ramadhan Mega Sale, **Kakak bisa dapet gratis umroh dan kakak bisa dapetin voucher senilai 1.446 juta, Kak!**”

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif meyakinkan. Melalui tuturan di atas, Fadil Jaidi mencoba meyakinkan audiens untuk tidak ragu dan meyakinkan untuk jangan khawatir membeli produk tersebut. “*Ih tenang aja, Kak...*” tuturan tersebut ditujukan kepada audiens dengan maksud meyakinkan mereka. Dalam tuturan *ih tenang aja, Kak...* disampaikan Fadil Jaidi untuk mengatasi keraguan yang mungkin dirasakan oleh audiens. Selanjutnya, dalam tuturan “*...Kakak bisa dapet gratis umroh dan Kakak bisa dapetin voucher senilai 1.446 juta, Kak!*” Fadil Jaidi berusaha untuk meningkatkan minat audiens dengan menawarkan keuntungan yang akan didapatkan audiens setelah mereka belanja di toko *online* Lazada. Tuturan tersebut termasuk ke dalam tindak tutur direktif fungsi meyakinkan karena berisi pengaruh dari Fadil Jaidi dengan cara meyakinkan audiens.

b. Data 9

KONTEKS : Fadil Jaidi sedang mempromosikan salah satu toko *online* yaitu Lazada.

Fadil Jaidi : “Ya ampun, gak percaya banget, sih. Nggak mungkin saying aku nggak bayar. Di Lazada itu lagi ada pesta gajian sampai tanggal 27 April 2025! Udah gitu ada *voucher* bonus sampai dengan 500 ribu! Dan ada LazMall diskonnya sampai dengan 80%! **Udah kamu tenang aja, pasti aku bayar.**”

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif meyakinkan. Melalui tuturan di atas, Fadil Jaidi berusaha meyakinkan mitra tutur agar percaya bahwa ia akan membayar semua barang yang telah ia pesan untuk mitra tutur. “*...udah kamu tenang aja, pasti aku bayar.*” Dalam tuturan tersebut Fadil Jaidi menggunakan kata *tenang* dan *pasti* agar mitra tutur yakin bahwa ia akan benar-benar membayarnya dan memiliki tujuan untuk memberi ketenangan kepada audiens. Selain itu, Fadil Jaidi juga menyampaikan informasi dengan strategi promosi dalam tuturan “*...udah gitu ada voucher bonus sampai dengan 500 ribu! Dan ada LazMall diskonnya sampai dengan 80%!.*”. Tuturan yang disampaikan Fadil Jaidi kepada mitra tutur termasuk ke dalam tindak tutur direktif fungsi meyakinkan karena berisi pengaruh dari Fadil Jaidi agar mitra tutur percaya dengan apa yang disampaikan dan dengantujuan meyakinkan mitra tutur.

Tuturan Mengajak

Tuturan mengajak merupakan salah satu bentuk tindak tutur direktif, yang bertujuan agar mitra tutur melakukan suatu tindakan sesuai dengan keinginan penutur. Searle (1979) berpendapat bahwa tindak tutur direktif meliputi perintah, permintaan, saran, dan ajakan. Dalam konteks ini, tuturan ajakan termasuk dalam subkategori yang bersifat lebih persuasif dan tidak menekan, dan biasanya ditandai oleh bentuk leksikal seperti *ayo*, *yuk*, atau *mari*. Hal ini menyebabkan tuturan ajakan seringkali dipakai dalam situasi santai, pemasaran, dan interaksi pribadi yang akrab. Oleh karena itu, mengajak adalah salah satu jenis tindak tutur yang bertujuan agar mitra tutur mengikuti apa yang diungkapkan oleh penutur (Waljinah et al., 2019). Namun, berbeda dari perintah langsung yang biasanya eksplisit dan memiliki kekuatan ilokusi yang tinggi, tuturan mengajak lebih lembut karena menerapkan strategi pragmatik yang sopan dan menekankan kesetaraan hubungan antara penutur dengan maksud mengajak mitra tutur agar melakukan tindakan tertentu. Temuan tindak tutur direktif mengajak dalam beberapa video *review produk online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 10

KONTEKS : Fadil Jaidi sedang mempromosikan sebuah *event* yang diselenggarakan oleh suatu *brand* kecantikan.

Fadil Jaidi : “Amanin kalender kamu, ikutan *event* ini! **Yuk, jadi pintar bareng di Wardah Skinverse!**”

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif fungsi mengajak. Pada tuturan Fadil Jaidi “...*yuk jadi pintar bareng di Wardah Skinverse!*” menunjukkan adanya ajakan kepada para audiens agar mengikuti acara tersebut. Kata *yuk* merupakan penanda ajakan yang khas dalam bahasa Indonesia informal, yang membuat direktif terasa lebih santai daripada memerintah. Sebagai penanda ajakan yang informal dan bersifat inklusif, tuturan tersebut menunjukkan bahwa penutur dan mitra tutur akan melakukan aktivitas bersama. Strategi ini memiliki efek pragmatik yang kuat dalam konteks promosi karena tidak hanya memberi instruksi, tetapi juga membangun rasa kebersamaan, sehingga meningkatkan daya tarik ajakan tersebut. Melalui tindak tutur direktif yang dikemas dalam bentuk ajakan dengan bahasa yang santai dan menjanjikan manfaat, Fadil Jaidi berhasil menciptakan daya persuasi yang efektif untuk mendorong audiens mengikuti event Wardah Skinverse yang dipromosikannya. Tuturan yang disampaikan Fadil Jaidi sebagai penutur kepada mitra tutur termasuk ke dalam tindak tutur direktif fungsi mengajak karena berisi ajakan yang ditujukan kepada mitra tutur.

Analisis tuturan mengajak juga ditemukan oleh penelitian lain yang dilakukan oleh Saputri (2020) dalam artikel yang berjudul “Analisis Bentuk Tindak Tutur Direktif dalam Dialog Film Rembulan Tenggelam di Wajahmu Karya Tere Liye”. “*Ayo, setelah makan nanti*

kita salat subuh bareng.” Dalam kutipan tersebut, penutur memberikan ajakan kepada mitra tutur. Tuturan tersebut merupakan tindak tutur direktif fungsi mengajak karena terdapat kata ajakan “*ayo*” yang diucapkan oleh penutur untuk meminta melaksanakan salat subuh bersama setelah makan sahur kepada mitra tuturnya. Tipe ajakan yang terdapat dalam tuturan direktif itu tidak hanya mencerminkan hasrat penutur, tetapi juga usaha untuk membangun keterikatan emosional atau hubungan interpersonal yang erat. Strategi ini kerap diterapkan dalam media fiksi, periklanan, serta interaksi sehari-hari. Pernyataan tersebut juga melibatkan penutur dalam aktivitas tersebut “*kita salat subuh bareng*”, yang menunjukkan adanya kesetaraan partisipasi antara penutur dan pasangan tutur. Sesuai penjelasan Rochayah Machali (2009), partisipasi bersama dalam ajakan kerap dimanfaatkan untuk menguatkan solidaritas sosial dan menjadikan ajakan lebih diterima. Di samping itu, pendekatan ajakan semacam ini bisa terkait dengan konsep sopan santun positif yang dijelaskan oleh Brown dan Levinson (1987), di mana pembicara berusaha menyatukan mitra tutur dengan menciptakan atmosfer yang akrab dan inklusif. Sehingga, tuturan ajakan sangat penting dalam konteks komunikasi promosi, keagamaan, edukatif, maupun dalam interaksi sosial yang memerlukan kolaborasi atau partisipasi bersama.

Tuturan Mendesak

Tuturan mendesak merupakan salah satu bentuk tindak tutur direktif yang disampaikan penutur untuk meminta mitra tutur segera melakukan tindakan yang disebutkan di dalam tuturan itu (Wulandari, 2015). Tindak tutur direktif yang mengandung makna mendesak biasanya ditandai dengan penanda *harus*, *wajib*, *mari*, atau frasa lain yang mengandung makna mendesak (Nurjanah et al., 2021). Temuan tindak tutur direktif mendesak dalam beberapa video review produk *online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 11

KONTEKS : Fadil Jaidi mempromosikan produk vitamin kesehatan Oranamin C, kemudian di akhir video menyebutkan kata *wajib* yang ditujukan kepada audiens untuk mengonsumsi produk tersebut.

Fadil Jaidi : **“Buat kalian wajib nih konsumsi Oranamin C biar gak gampang sakit!”**

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif mendesak. Fadil Jaidi menggunakan kata *wajib* yang berarti keharusan untuk tersebut menunjukkan keharusan mutlak agar audiens mengonsumsi produk yang Fadil Jaidi promosikan. Dalam konteks di atas yaitu produk Oranamin C. Fadil Jaidi menyampaikan informasi dengan tujuan mendesak audiens agar segera membeli dan mengonsumsi produk Oranamin C. Tuturan yang diujarkan oleh Fadil Jaidi kepada audiensnya yaitu mitra tutur termasuk ke dalam tindak tutur direktif fungsi

mendesak karena berisi desakan kepada penutur kepada mitra tutur untuk segera mengonsumsi produk tersebut.

Analisis tuturan mendesak juga ditemukan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Dinda Puspita Rini et al., (2024) yaitu dalam artikel yang berjudul “Analisis Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif dalam Video Debat Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas X pada Chanel YouTube Guru Gokil Kita”. Moderator: “Ayo... ayoo! Silakan... ayo!” Dalam kutipan tersebut, tokoh Moderator memberikan desakan kepada mitra tutur yaitu Tim Oposisi. Tuturan tersebut disampaikan karena Moderator sudah mempersilakan Tim Oposisi untuk memberikan argumen tetapi tidak ada yang merespons. Oleh karena itu, moderator memberikan desakan kepada Tim Oposisi agar segera memberikan argumen. Desakan Moderator terlihat jelas pada kata “Ayo” yang diulang tiga kali dalam tuturan tersebut. Tuturan yang disampaikan oleh Moderator kepada Tim Oposisi merupakan fungsi tindak tutur direktif mendesak karena berisi desakan yang ditujukan kepada Tim Oposisi.

Tuturan Bertanya

Tuturan bertanya merupakan salah satu bentuk tindak tutur direktif yang disampaikan oleh penutur dalam bentuk pertanyaan yang diajukan kepada mitra tutur. Tuturan bertanya memiliki maksud penutur yang meminta informasi dengan bertanya kepada mitra tutur (Natasia et al., 2023). Tuturan bertanya dapat berisi pertanyaan yang disampaikan oleh penutur dengan tujuan mendapatkan jawaban dan respons dari mitra tutur. Dalam perspektif pragmatik, pertanyaan tidak hanya diartikan sebagai permintaan informasi, tetapi juga sebagai taktik komunikasi untuk memulai percakapan, membangun interaksi, atau memengaruhi pendapat lawan bicara. Menurut Levinson (1983), pertanyaan adalah salah satu metode strategis dalam tindak tutur direktif karena bertujuan mengarahkan mitra tutur tanpa memakai perintah secara langsung. Temuan tindak tutur direktif bertanya dalam beberapa video *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 12

KONTEKS : Fadil Jaidi bertanya kepada mitra tutur perihal barang-barang yang ingin dibeli oleh mitra di toko *online* Lazada.

Fadil Jaidi : **“Mau belanja apa? Oven listrik? Boleh. Make-up? Boleh. Skincare? Boleh sayang.”**

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur direktif bertanya. Fadil Jaidi sebagai penutur menggunakan pertanyaan yang diajukan kepada mitra tutur. Dalam video tersebut, Fadil Jaidi menggunakan intonasi bertanya. Tuturan tersebut disampaikan kepada mitra tutur untuk memberikan pertanyaan dan diharapkan mendapatkan jawaban dari mitra tutur. Fadil Jaidi juga menggunakan kata “apa” dengan tanda baca tanya (?) yang sudah jelas digunakan

untuk bertanya dengan maksud mendapatkan jawaban dari mitra tutur. Tuturan yang diungkapkan oleh Fadil Jaidi merupakan tindak tutur direktif fungsi bertanya karena berisi pertanyaan penutur kepada mitra tutur. Dalam video promosi yang dibuat Fadil Jaidi, pertanyaan semacam ini tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan jawaban yang sebenarnya, tetapi juga untuk menciptakan keterlibatan dengan audiens. Hal ini sejalan dengan pandangan Holmes (2013), yang menyatakan bahwa dalam komunikasi media, pertanyaan sering kali dimanfaatkan bukan untuk memperoleh jawaban harfiah, melainkan sebagai alat retorik untuk membangun kedekatan dan keterlibatan audiens.

Analisis tuturan bertanya juga ditemukan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Dwi et al. (2022) yaitu dalam artikel yang berjudul “Analisis Tindak Tutur Direktif dalam *Talkshow Tonight Show* (Maret 2021)”. Desta: “*Oh ini tadi video apa sih?*” Dalam kutipan tersebut, Desta sebagai penutur memberikan pertanyaan kepada mitra tutur yaitu Tyas Mirasih. Dalam tuturan tersebut, penggunaan kata tanya *apa* disertai dengan partikel *sih* memberikan nuansa informal dan interpersonal yang kuat. Partikel *sih* dalam bahasa Indonesia sering kali dipakai untuk memperhalus atau memperkuat intensitas tanya dalam konteks yang akrab. Pertanyaan ini jelas diarahkan kepada mitra tutur, Tyas Mirasih, dengan maksud memperoleh informasi sekaligus membangun dinamika percakapan yang alami dan santai. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk pertanyaan dapat dikemas dalam berbagai gaya untuk mencapai efektivitas komunikasi yang berbeda. Tuturan tersebut disampaikan oleh Desta dengan maksud bertanya kepada Tyas Mirasih terkait dengan video yang baru saja ditayangkan. Desta dengan jelas menggunakan fungsi tindak tutur direktif berbentuk pertanyaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan penggunaan kata “*apa*” dan penggunaan tanda tanya. Tuturan yang disampaikan oleh Desta sebagai penutur kepada Tyas Mirasih sebagai mitra tutur termasuk ke dalam fungsi tindak tutur bertanya karena berisi pertanyaan yang ditujukan untuk mitra tutur. Analisis dalam penelitian ini memiliki persamaan dan korelasi dengan analisis kami karena Fadil Jaidi dan Desta sama-sama menggunakan kata “*apa*” disertai dengan tanda baca tanya.

Sesuai dengan teori pragmatik, tuturan bertanya juga berkaitan erat dengan konteks situasional dan hubungan sosial antar penutur. Menurut Yule (1996), bentuk dan metode bertanya dipengaruhi oleh hubungan sosial, konteks komunikasi, serta tujuan dari interaksi. Dalam konteks promosi yang dilakukan Fadil Jaidi, jenis pertanyaan sengaja dibuat untuk merangsang reaksi emosional dan membuat audiens merasa diperhatikan atau diajak berinteraksi secara pribadi.

Tuturan Meminta

Tuturan meminta merupakan salah satu bentuk tindak tutur direktif yang disampaikan oleh penutur dengan maksud meminta sesuatu dari mitra tutur. Menurut Putri et al., (2019) tindak tutur direktif meminta merupakan tuturan yang disampaikan kepada mitra tuturnya agar penutur mendapatkan sesuatu atau tindak tutur yang dikemukakan untuk meminta mitra tutur menyampaikan pesan kepada orang lain. Tuturan meminta merupakan fungsi tindak tutur direktif yang mengujarkan sesuatu untuk mendapatkan sesuatu yang bertujuan agar penutur mendapatkan suatu hal dari mitra tuturnya (Hidayati et al., 2024). Temuan tindak tutur direktif meminta dalam beberapa video *review* produk *online* oleh Fadil Jaidi sebagai berikut.

a. Data 13

KONTEKS : Fadil Jaidi berbicara dengan mitra tutur untuk belanja, tetapi setelah barangnya sampai harus bayar di tempat. Lalu, Fadil Jaidi meminta kepada mitra tutur untuk membayar terlebih dahulu barang yang telah ia beli.

Fadil Jaidi : “Ini bayar di tempat, yang. **Yaudah nanti kamu bayarin dulu ya, nanti aku ganti.** Beneran kok yang, gak percaya banget.”

Segmen tutur di atas merupakan wujud tindak tutur meminta. Fadil Jaidi sebagai penutur meminta mitra tutur untuk membayar di tempat barang yang telah ia pesan” ... *yaudah nanti kamu bayarin dulu ya, nanti aku ganti*” Tuturan tersebut mengandung maksud permintaan penutur kepada mitra tutur agar melakukan pembayaran terlebih dahulu untuk produk yang telah Fadil Jaidi pesan. Fadil Jaidi juga menekankan dalam tuturan, “*Beneran kok yang*” yang ditujukan untuk memberi jaminan kepada mitra tutur bahwa ia akan benar-benar menggantinya. Tuturan yang disampaikan oleh Fadil Jaidi sebagai penutur adalah tindak tutur direktif dengan fungsi meminta karena memiliki maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang diminta oleh Fadil Jaidi.

Analisis tuturan meminta juga ditemukan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Ghani et al. (2025) dengan artikel yang berjudul “Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Video Pembelajaran Kurikulum Merdeka pada Chanel YouTube Inspirasi Guru”.

Penutur : “*Nah, Bapak Ibu, ini alurnya.*”

Penutur : “*Bapak Ibu pahami alur ini karena Bapak Ibu tidak mungkin bisa membuat modul kalau tidak memahami alur aktifitasnya.*”

Dalam kutipan di atas, penutur memberikan arahan kepada Bapak dan Ibu untuk menonton video yang telah disiapkan. Tuturan tersebut disampaikan oleh penutur dengan maksud memberikan permintaan kepada mitra tutur yaitu Bapak dan Ibu untuk memperhatikan video tentang alur aktifitas supaya mitra tutur dapat memahami cara membuat modul. Penutur menggunakan kata “*pahami*” untuk memengaruhi mitra tutur agar mengikuti apa yang telah diminta olehnya. Tuturan yang disampaikan penutur kepada mitra tutur (bapak dan ibu)

termasuk ke dalam fungsi tindak tutur memita karena berisi permintaan penutur kepada mitra tutur dengan tujuan agar mitra tutur memperhatikan video yang sedang diputar.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam analisis dari beberapa video *review* produk *online* oleh *influencer* Fadil Jaidi ditemukan banyak bentuk dan fungsi tindak tutur direktif yang dituturkan oleh Fadil Jaidi. Bentuk tindak tutur direktif berdasarkan dengan fungsinya tersebut diklasifikasikan menjadi sembilan kategori. Pertama, tuturan menyarankan yang bentuknya berupa saran dari penutur kepada mitra tutur agar melakukan apa yang disarankan. Kedua, tuturan menyuruh merupakan bentuk tindak tutur di mana penutur memberi suruhan kepada mitra tutur untuk melakukan sebuah tindakan. Ketiga, tuturan memerintah digunakan oleh penutur agar mitra tutur melakukan apa yang diperintahkan. Keempat, tuturan memaksa merupakan tuturan yang didalamnya berisi paksaan dari penutur yang ditujukan kepada mitra tutur. Kelima, tuturan meyakinkan digunakan oleh penutur dengan cara meyakinkan mitra tutur agar melakukan tindakan yang diinginkan. Keenam, tuturan mengajak berbentuk ajakan penutur kepada mitra tutur. Ketujuh, tuturan mendesak berisi desakan oleh penutur kepada mitra tutur yang tujuannya mengharuskan mitra tutur melakukan sesuatu. Kedelapan, tuturan bertanya menerangkan bahwa dalam tuturan berisi pertanyaan yang diajukan kepada mitra tutur. Kesembilan, tuturan meminta yaitu tuturan yang didalamnya terdapat keinginan penutur yang berisi permintaan kepada mitra tutur untuk bertindak. Dalam penelitian ini, tuturan yang sering dimanfaatkan oleh Fadil Jaidi dalam membuat *review* produk *online* adalah tuturan menyarankan karena bersifat persuasif dan dinilai dapat memengaruhi audiens dalam menentukan sebuah produk yang sesuai.

Penelitian ini hanya berfokus kepada tindak tutur direktif yang terdapat dalam *review* produk *online* oleh *influencer* Fadil Jaidi. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya, peneliti dapat mengkaji tindak tutur direktif dengan membandingkannya dengan *influencer* yang lain. Peneliti disarankan agar memperluas objek kajian dan menggunakan lebih banyak ragam tindak tutur direktif berdasarkan teori pragmatik. Dengan tujuan agar dapat memiliki hasil penelitian yang lebih mendalam dan memberikan informasi lebih rinci kepada pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Afham, M. N., & Utomo, A. P. Y. (2021). Tindak Tutur Direktif dalam Drama Musikal Tonight Show. “Ternyata Bawang Goreng Lebih Laku daripada Bawang Bombay.” In *Maret* (Vol. 3, Issue 1).
- Arvelia, I. W., Salsabila, Z. N., & Utomo, A. P. Y. (2022). Analisis Tindak Tutur Direktif Beserta Fungsinya pada Kumpulan Cerita Pendek Senyum Karyamin karya Ahmad Tohari. *KLAUSA (Kajian Linguistik, Pembelajaran Bahasa, dan Sastra)*, 6(2), 1–15. <https://doi.org/10.33479/klausu.v6i2.625>
- Austin, J. L. (1962). *How To Do Things With Words*.
- Crystal, D. (2011). *Internet Linguistics*.
- Dwi, F., Wardiani, R., & Setiawan, H. (2022). Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Talkshow Tonight Show (Maret 2021) (Vol. 9, Issue 2).
- Faroh, S., & Utomo, A. P. Y. (2020). Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Vlog Q&A Sesi 3 pada Kanal YouTube Sherly Annavita Rahmi. *UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa dan Sastra*, 16(2), 311. <https://doi.org/10.26499/und.v16i2.2793>
- Firdiani Putri, D., Hidayah, N., Neina, Q. A., Saragih, D. K., & Utomo, A. P. Y. (2023). Tindak Tutur Direktif pada Video Pembelajaran Teks Drama Kelas XI di Kanal YouTube. 2(2).
- Garthwaite, C. L. (2014). Demand spillovers, combative advertising, and celebrity endorsements. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2), 76–104. <https://doi.org/10.1257/app.6.2.76>
- George, Y. (1996). *Oxford Introductions to Language Study*.
- Ghani, A. L., Aji Winanda, A., Handayani Safila Putri, D., Triani, I., Viola Dwi Cahyani, M., Purwo Yudi Utomo, A., Galih Kesuma, R., & Pramono, D. (2025). Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Video Pembelajaran Kurikulum Merdeka pada Channel YouTube Inspirasi Guru. 160–198. <https://doi.org/10.61132/fonologi.v3i1.1435>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). <https://www.researchgate.net/publication/339787291>
- Hidayati, L. F., Ningrum, A. A., Utami, G. R., Haibah, Z., Fatmasari, D., Ningrum, W., & Utomo, A. P. Y. (2024). Analisis Tindak Tutur Direktif dan Ekspresif dalam Teks Ceramah pada Buku Bahasa Indonesia Kelas 11 SMA Kurikulum 2013. *BLAZE : Jurnal Bahasa dan Sastra Dalam Pendidikan Linguistik dan Pengembangan*, 2(1), 45–67. <https://doi.org/10.59841/blaze.v2i1.718>

- Islamiati, Arianti, R., & Gunawan. (2020). Tindak Tutur Direktif dalam Film Keluarga Cemara Sutradara Yandy Laurens dan Implikasi terhadap Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, V(2), 258–270.
- Khoerunnisa, N., Rizqina, A. A., & Rohmadi, M. (2023). *Bentuk Tindak Tutur Direktif dalam Dialog Novel Lingkar Tanah Lingkar Air karya Ahmad Tohari: Analisis Teori Searle R. John*. 3(3), 207–217. <https://doi.org/10.56910/pustaka.v3i2.607>
- Kholid, A. I., Ari, H. D. P., Putri, I. R. R., Cendekia, C. A., Padmarani, K., Utomo, A. P. Y., & Darmawan, R. I. (2024). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Direktif dalam Teks Editorial pada “Surat Kabar Kompas” dalam Kaitannya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Morfologi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya*, 2(2), 21–44. <https://doi.org/10.61132/morfologi.v2i2.396>
- Luqyana, S. D., Anggitasari, P., & Utomo, A. P. Y. (2022). *Analisis Tindak Tutur Direktif pada Kumpulan Cerpen Kompas.com Tahun 2015*.
- Nabila, J., Qutratu’ain, M. Z., Chaerunnissa, Yulianto, M. D., & Utomo, A. P. Y. (2023). *Analisis Tindak Tutur Direktif pada Daftar Putar Video Pembelajaran Bahasa Indonesia Quipper Video*.
- Natasia, E., Suryadi, & Rahayu, N. (2023). *Tindak Tutur Asertif dan Direktif dalam Proses Jual Beli di Pasar Unit 1 Desa Marga Sakti Kecamatan Padang Jaya, Bengkulu Utara*.
- Nielsen. "Studi Nielsen Mengungkapkan Mayoritas Konsumen Secara Aktif Menghindari Iklan di Seluruh Platform Podcast, Streaming, dan Live TV". Internet: <https://www.nielsen.com/id/news-center/2023/nielsen-study-reveals-majority-of-consumers-actively-avoid-ads-across-podcasts-streaming-and-live-tv-platforms/#> , Nov. 23, 2023 [Mar. 13, 2025].
- Nur Aziza, A., Wahidy, A., & Masnunnah. (2021). *Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif dalam Acara Mata Najwa Edisi April-Mei 2019 di TRANS 7*. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/kredo/index>
- Nurjanah, F., Wuryaningrum, R., & Rijadi, A. (2021). Tindak Tutur Direktif Bermodus Imperatif Siswa dalam Proses Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMK. *Nuances of Indonesian Language*, 2(2). <https://doi.org/10.51817/nila.v2i2.91>
- Oktapiantama, H., Al-Fahad, M. F., & Utomo, A. P. Y. (2023). Tindak Tutur Direktif dalam Konten Horor di Kanal Youtube Sara Wijayanto: Diary Mistery Sara (DMS). *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(2), 498–515. <https://doi.org/10.31943/bi.v8i2.446>

- Oktapiantama, H. U. A. P. Y. (2021). Analisis Tindak Tutur Direktif pada Film “Keluarga Cemara” karya Yandy Laurens. In *Sastra Indonesia* (Vol. 2, Issue 2).
- Prawita, A., & Utomo, A. P. Y. (2020). *Analysis of Directive Speech Acts in Mata Najwa YouTube Channel Because of Corona: Why Indonesia Is Not Like Singapore*. 4(1), 2580–9040. <https://doi.org/10.21009/AKSIS>
- Putri, T. D., Wardhana, D. E. C., & Suryadi. (2019). *Tindak Tutur Direktif pada Novel Bidadari-Bidadari Surga karya Tere Liye*.
- Rahmania, N., Leniati, A. R., & Utomo, A. P. Y. (2022). Analisis Jenis-Jenis Tindak Tutur dalam Film Pendek “Berubah (2017)” pada Kanal YouTube Cube Films. In *PADA KANAL YOUTUBE CUBE FILMS* (Vol. 8).
- Rahmasari, L., & Utomo, A. P. Y. (2021). Analisis Tindak Tutur Ilokusi pada Vlog Jangan Lupa Senyum Part 1 di Kanal Youtube Fiersa Besari. *ESTETIK : Jurnal Bahasa Indonesia*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.29240/estetik.v4i1.1512>
- Rini, D. P., Muntaha, M. F., Sunaryo, Nisya, K., Basinu, M., Utomo, A. P. Y., & Kesuma, R. G. (2024). Analisis Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif dalam Video Debat Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas X pada Channel YouTube Guru Gokil Kita. *Pragmatik : Jurnal Rumpun Ilmu Bahasa dan Pendidikan*, 2(2), 19–32. <https://doi.org/10.61132/pragmatik.v2i2.397>
- Rustono. (1999). *Pokok-Pokok Pragmatik*. Universitas Negeri Semarang Press.
- Safira, A., & Utomo, A. P. Y. (2020). *Tindak Tutur Direktif Pelatih Drum Corps Sabda Kinnara Drum Corps*.
- Safitri, A. N., & Utomo, A. P. Y. (2020). Analisis Tindak Tutur Direktif pada Ceramah Ustadz Abdul Somad Edisi Tanya Jawab Kajian Musawarah Bersama Artis Hijrah. *ESTETIK : Jurnal Bahasa Indonesia*, 3(2), 119. <https://doi.org/10.29240/estetik.v3i2.1613>
- Saputri, U. I. (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>
- Searle, J. (1969). *John Searle Speech Acts*.
- Setiawati, R., & Alber. (2023). Analisis Tindak Tutur Direktif dalam film Sayap-Sayap Patah karya Rudi Soedjarwo. *Jurnal Genre (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*, 5(2), 21–39. <https://doi.org/10.26555/jg.v5i2.8614>
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Universitas Sanata Dharma Press.

- Utomo, A. P. Y., Farkhatunnisa, A., & Fitriyani, A. (2023). Tindak Tutur Asertif dan Direktif pada Novel “Tak Putus Dirundung Malang” karya S. Takdir Alisjahbana. *Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(1).
- Waljinah, S., Prayitno, H. J., Purnomo, E., Rufiah, A., & Kustanti, W. (2019). *Tindak Tutur Direktif Wacana Berita Online: Kajian Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital*.
- We Are Social. "Digital 2024: Indonesia". Internet: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> , Feb. 24, 2024 [Mar. 13, 2025].
- Wijayanti, N. M., & Utomo, A. P. Y. (2021). Analisis Tindak Tutur Direktif pada Novel Orang-Orang Biasa karya Andrea Hirata dan Relevansinya sebagai Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. In *Maret* (Vol. 3, Issue 1).
- Wulandari. (2015). Tuturan Direktif dalam Wacana Motivasi Darwis Tere Liye di Media Sosial Facebook dan Kemungkinan Efek yang Ditimbulkannya. In *JSI* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jsi>
- Zafiera, F. D., Anugerah, S. K., Huwaida, J. H., Zatayumnia, N. A., Satiti, T. C. C., Pramesti, E. G., & Utomo, A. P. Y. (2024). Analisis Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif dalam Pembelajaran Berdiferensiasi pada Kurikulum Merdeka dalam Kanal YouTube Catatan Guru Muda. *Pragmatik: Jurnal Rumpun Ilmu Bahasa dan Pendidikan*, 2(1), 187–215. <https://doi.org/10.61132/pragmatik.v2i1.251>