

ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DAN PERLOKUSI PADA INTERAKSI PENJUAL DAN PEMBELI DI MARKETPLACE FACEBOOK

SKRIPSI



**diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh:
Okky Ridwan
NIM 22110028**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI
IKIP PGRI BOJONEGORO
TAHUN 2026**

**ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DAN PERLOKUSI
PADA INTERAKSI PENJUAL DAN PEMBELI DI
MARKETPLACE FACEBOOK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**

oleh:

OKKY RIDWAN

NIM: 221110028

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI

IKIP PGRI BOJONEGORO

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul : **Analisis Tindak Tutur Illokusi Dan Perlokusi Pada Interaksi Jual Beli di *Marketplace* Facebook**

disusun oleh:

Nama : Okky Ridwan

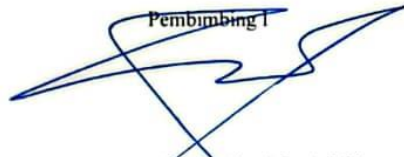
NIM : 22110028

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

untuk disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dan diajukan ke tahap ujian skripsi

Bojonegoro, Juli 2026

Pembimbing I



Muhamad Sholehudin, S.S., M. Pd

NIDN. 0727078101

Pembimbing II



Abdul Ghoni Asror., M. Pd

NIDN. 0704118901

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Analisis Tindak Tutur Illokusi Dan Perlokusi Pada Interaksi Jual Beli Di Marketplace Facebook" disusun oleh:

Nama : Okky Ridwan

NIM : 22110028

Program Studi: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

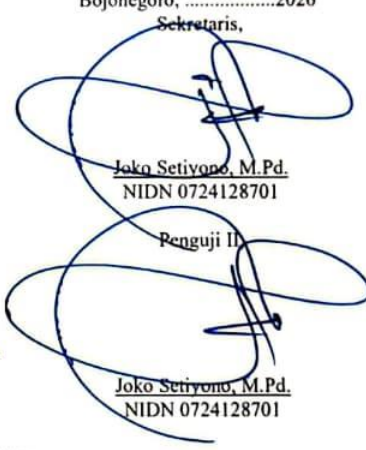
Telah dipertahankan dalam siding skripsi pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni, IKIP PGRI Bojonegoro pada hari , tanggal

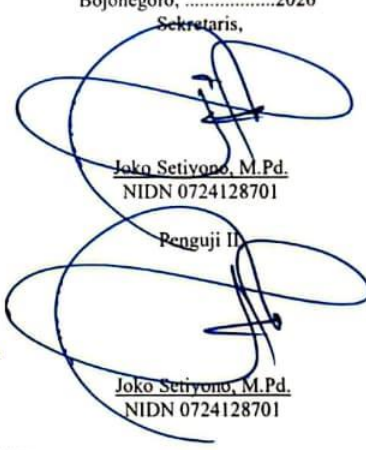
Ketua,

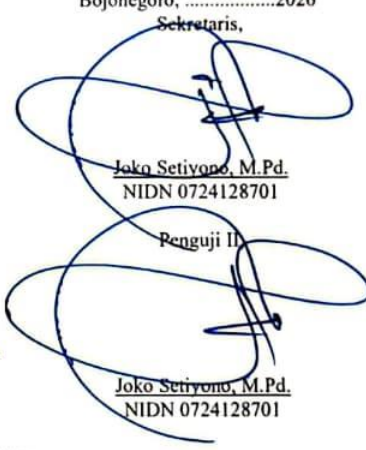
Dr. Cahyo Hasanudin, M.Pd.
NIDN 0706058801

Penguji I,

Dr. Masnuatul Hawa, M.Pd.
NIDN 0706108701

Penguji II,

Joko Setiyono, M.Pd.
NIDN 0724128701

Sekretaris,

Joko Setiyono, M.Pd.
NIDN 0724128701

Rektor,

Dr. Junarti, M.Pd.
NIDN 0014016501

Bojonegoro,2026

MOTTO

"Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!"

“Perahuku kecil banyak tambalan,
Tapi aku bangga masih bisa berlayar sejauh ini.”

(Wito)

Mimpi yang mendukung sukses itu, Bukan mimpi yang kita temui pada saat tertidur “Itu disebut dengan bunga mimpi” Tetapi mimpi yang mendukung sukses itu adalah mimpi yang membuat kita tidak bisa tertidur.

(Cristiano Ronaldo)

“Aku membahayakan nyawa mama untuk lahir ke dunia ini, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya.”

(Penulis)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma sekiranya kalau kita merasa gagal dalam mencapai mimpi jangan khawatir, karena masih ada mimpi-mimpi lain yang bisa kita ciptakan.”

(Windah Basudara)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah Swt. Atas segala rahmat, nikmat, dan karunia, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya sederhana ini saya akan persembahkan dengan penuh rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Kepada mama dan ayah tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan yang tiada henti. Terima kasih atas segala perjuangan dan cinta yang telah beliau berikan sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan ini.
2. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan semangat, perhatian, dan doa dalam setiap langkah perjalanan saya.
3. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, ilmu, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat dan teman-teman seperjuangan terutama pada keluarga Ambrasta Hangkara.
5. Kepada seseorang spesial yang telah memberikan motivasi mewarnai hidup saya.
6. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Analisis Tindak Tutur Illokusi Dan Perlokusi Pada Interaksi Penjual Dan Pembeli
Di Marketplace Facebook disusun oleh:

Nama: Okky Ridwan

Nim: 22110028

Program Studi: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas: Pendidikan Bahasa dan Seni

Demi menjunjung tinggi integritas akademisi dengan tulus dan tanpa paksaan
dari pihak manapun, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**Analisis Tindak Tutur Illokusi Dan Perlokusi Pada Interaksi Penjual Dan
Pembeli Di Marketplace Facebook**

Merupakan hasil karya saya asli saya sendiri dan semua sumber informasi yang
digunakan telah saya cantumkan dengan jelas dalam daftar refrensi berdasarkan
kode etik ilmiah. Saya menyadari bahwa apabila ditemukan adanya pelanggaran
terhadap etik keilmuan terkait dengan keaslian karya ini, saya pribadi bersedia
menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap
menanggung sanksi hukum.

Bojonegoro, 11 Juli 2026


Okky Ridwan

ABTRAK

Okky Ridwan. (2026). *Analisis Tindak Tutur Ilokusi Dan Perlokusi Pada Interaksi Penjual Dan Pembeli Di Marketplace Facebook*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni. IKIP PGRI Bojonegoro. (I) Muhamad Sholehuddin, S.S., M.Pd., (II) Abdul Ghoni Asror, M.Pd.

Kata Kunci: pragmatik, tindak tutur ilokusi, tindak tutur perlokusi, Facebook Marketplace, komunikasi digital.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk tindak tutur ilokusi serta menjelaskan efek tindak tutur perlokusi yang muncul dalam interaksi penjual dan pembeli di Facebook Marketplace. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan objek penelitian berupa percakapan transaksi jual beli yang diperoleh melalui dokumentasi tangkapan layar (screenshot) pada fitur Marketplace Facebook. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipatif dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 15 data percakapan yang mengandung tindak tutur ilokusi dan perlokusi. Tindak tutur ilokusi yang paling dominan adalah direktif dan representatif. Tindak tutur direktif digunakan pembeli untuk meminta informasi, melakukan negosiasi harga, meminta kepastian, serta mengajukan permintaan tertentu. Sementara itu, tindak tutur representatif banyak digunakan penjual untuk memberikan informasi mengenai kondisi barang, harga, garansi, stok, bonus, dan kebijakan transaksi. Selain itu, ditemukan pula tindak tutur komisif, ekspresif, dan deklaratif meskipun jumlahnya lebih sedikit. Adapun tindak tutur perlokusi yang muncul berupa meningkatnya rasa percaya, keyakinan, ketertarikan, rasa aman, kepuasan, serta keputusan pembeli untuk melanjutkan transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi dalam transaksi jual beli di Facebook Marketplace dipengaruhi oleh penggunaan tindak tutur yang tepat, strategi kesantunan berbahasa, serta kemampuan penjual membangun kepercayaan melalui komunikasi yang informatif dan persuasif.

ABSTRACT

Okky Ridwan. (2026). *Analysis of Illocutionary and Perlocutionary Speech Acts in Seller-Buyer Interactions on Facebook Marketplace*. Undergraduate Thesis. Indonesian Language and Literature Education Study Program. Faculty of Language and Arts Education. IKIP PGRI Bojonegoro.(I) Muhamad Sholehuddin, S.S., M.Pd., (II) Abdul Ghoni Asror, M.Pd.

Keywords: pragmatic, illocutionary speech acts, perlocutionary, speech acts, Facebook *Marketplace*, communication

Abstract: This study aims to describe the forms of illocutionary speech acts and explain the perlocutionary effects arising from interactions between sellers and buyers on Facebook Marketplace. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing sales transaction conversations obtained through screenshots from the Facebook Marketplace feature. Data collection involved non-participant observation and documentation, while data analysis followed the Miles and Huberman model, comprising data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results reveal 15 instances of conversations containing illocutionary and perlocutionary speech acts. Directive and representative speech acts were the most dominant. Buyers used directive speech acts to request information, negotiate prices, seek confirmation, and make specific requests. Meanwhile, sellers frequently used representative speech acts to provide information regarding product condition, price, warranty, stock, bonuses, and transaction policies. Commissive, expressive, and declarative speech acts were also identified, albeit less frequently. Perlocutionary effects included increased trust, conviction, interest, a sense of security, and satisfaction, as well as the buyer's decision to proceed with the transaction. These findings indicate that successful communication in Facebook Marketplace transactions is influenced by the appropriate use of speech acts, linguistic politeness strategies, and the seller's ability to build trust through informative and persuasive communication.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKSU DAN PERLOKUSI PADA INTERAKSI PENJUAL DAN PEMBELI DI MARKETPLACE FACEBOOK " dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penyusunan proposal skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik untuk menempuh tahap penelitian dan penulisan skripsi pada Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonsia, Fakultas Bahasa Dan Seni, IKIP PGRI BOJONEGORO

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Cahyo Hasanudin, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Bahasa Dan Seni, IKIP PGRI BOJONEGORO
2. Joko Setiyono, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia.
3. Muhamad Sholehudin, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar memberikan arahan, ilmu, dan masukan yang sangat berharga bagi penulis.
4. Abdul Ghoni Asror, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran serta motivasi dalam penyempurnaan proposal ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar tercinta, yang selalu memberikan doa restu, dukungan moral, maupun material yang tidak terhingga.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2022 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan semangatnya.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, Terima Kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
ABTRAK	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Operasional	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KAJIAN TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR ...	8
A. Kajian Pustaka	8
B. Kajian Teoritis	14
1. Hakikat Pragmatik.....	14
2. Tindak Tutur dalam Kajian Pragmatik.....	17
3. Jenis-Jenis Tindak Tutur	18
4. Tindak Tutur Ilokusi dalam Komunikasi Digital	19
5. Tindak Tutur Perlokusi dan Dampak Komunikatif.....	20
6. Kesantunan Berbahasa dalam Media Sosial.....	21
7. Bahasa Digital dan Marketplace Facebook sebagai Ruang Pragmatik	23
C. Kerangka Berpikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Pendekatan Penelitian.....	31
B. Data dan Sumber Data Penelitian	32
C. Tempat dan Fokus Penelitian.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Teknik Analisis Data.....	36
F. Teknik Validasi Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	125
A. Simpulan	125
B. Saran	126
DAFTAR RUJUKAN	128

LAMPIRAN	133
----------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	12
Tabel 3.1 Klasifikasi Data Berdasarkan Tangkapan Layar Percakapan	39
Tabel 4.1.Klasifikasi Ragam Tindak Tutur.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 3.1 Tangkapan Layar Percakapan antara Penjual den Pembeli.....	38
Gambar 3.2 Tangkapan Layar Percakapan antara Penjual den Pembeli.....	38
Gambar 3. 3 Tangkapan Layar Percakapan antara Penjual den Pembeli.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tangkapan Layar Penjualan di <i>Marketplace</i> Facebook	133
Lampiran 2. Lembar Bimbingan Skripsi.....	137
Lampiran 3. Bukti Publikasi Ilmiah	140

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa merupakan sarana utama manusia dalam berinteraksi dan membangun hubungan sosial. baik dalam berkomunikasi, bahasa tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk melakukan tindakan yang tertentu yang dapat mempengaruhi mitra tutur. Kajian ini mengenai bagaimana bahasa digunakan untuk bertindak dikenal sebagai pragmatik, yaitu cabang linguistik yang menelaah makna ujaran dalam konteks penggunaannya. Pragmatik membahas hubungan antara bentuk bahasa dan konteks yang mendasari pemakaiannya, sehingga makna ujaran tidak hanya ditentukan oleh struktur gramatikal, tetapi juga oleh maksud penutur serta kondisi sosial yang melatarinya.

Dalam pragmatik, teori tindak tutur menjadi landasan penting untuk memahami fungsi bahasa sebagai tindakan. Rahardi, (2019) menjelaskan bahwa tindak tutur merupakan tindakan yang dilakukan melalui ujaran, yang mencakup tiga aspek: tindak lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Di antara ketiganya, tindak ilokusi dan perlokusi memiliki peranan sentral dalam menentukan makna komunikatif karena berhubungan langsung dengan maksud dan dampak komunikasi. Fitriani (2022) menyebutkan bahwa tindak ilokusi mencerminkan niat penutur untuk memengaruhi mitra tutur, sedangkan tindak perlokusi menunjukkan efek nyata yang ditimbulkan oleh tuturan terhadap pendengar.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara dalam manusia berkomunikasi. Menurut Ningsih (2023), media sosial menghadirkan bentuk interaksi baru yang bersifat cepat, fleksibel, dan kontekstual, di mana bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat ekspresi, tetapi juga sebagai sarana transaksi sosial dan ekonomi. Salah satu fenomena yang menarik mulai bermunculan dari perkembangan ini adalah aktivitas jual beli daring melalui media sosial terutama facebook marketplace, yang kini menjadi ruang interaksi linguistik yang dinamis. Dalam ruang ini, tuturan antara penjual dan pembeli bukan hanya berisi informasi produk, tetapi juga mengandung maksud dan strategi komunikatif yang kompleks.

Komunikasi dalam jual beli daring cenderung lebih informal dan mengandalkan strategi kesantunan untuk menjaga hubungan interpersonal. Ungkapan seperti “silakan kak”, “maaf barang habis”, atau “terima kasih sudah order” merupakan bentuk tindak ilokusi yang menunjukkan kesopanan sekaligus membangun kepercayaan. Rahmawati (2019) Sementara itu, tindak perlokusi dapat terlihat dari bagaimana ujaran tersebut memengaruhi perilaku pembeli seperti, “bang bagus dan kuat”, “barang ini terbatas”, hal ini dapat menimbulkan rasa percaya dan mendorong keputusan untuk membeli atau bahkan mengubah persepsi terhadap produk tersebut.

Bahasa dalam interaksi digital bersifat multimodal, artinya makna tidak hanya dibangun melalui kata-kata, tetapi juga melalui emoji, tanda baca, dan. Fenomena ini memperkaya dimensi pragmatik karena memungkinkan penutur menyesuaikan strategi komunikatifnya untuk mencapai efek perlokusi tertentu. Sibarani (2021) Misalnya, penggunaan emotikon senyum dapat memperlembut

maksud direktif seperti “tolong transfer hari ini ya ”, yang tanpa simbol tersebut mungkin terasa lebih tegas atau untuk memerintah.

Lebih lanjut, bahwa kesantunan berbahasa di ruang digital dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya pengguna. Syahrani (2020) Dalam budaya Indonesia, penggunaan kata sapaan seperti “kak”, “sis”, “bro” atau “gan” menjadi bentuk kesantunan pragmatis yang khas dan berfungsi sebagai strategi untuk menciptakan keakraban.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa prinsip kesopanan (*politeness principle*) merupakan salah satu aspek utama dalam interaksi pragmatik karena memengaruhi bagaimana makna ditafsirkan oleh penutur dan diterima oleh mitra tutur. Leech (2016)

Bahwa dalam transaksi daring di Marketplace Facebook, tindak ilokusi dominan berupa direktif (permintaan dan penawaran), sedangkan tindak perlokusi sering kali menghasilkan efek persuasi dan keputusan membeli. Fenomena serupa juga muncul di Marketplace Facebook, di mana penjual memanfaatkan strategi ilokusi seperti penawaran dan jaminan kualitas produk untuk menciptakan efek perlokusi berupa rasa percaya atau dorongan untuk membeli. Dengan demikian, kajian terhadap tindak tutur dalam konteks ini menjadi penting untuk memahami hubungan antara bahasa, strategi komunikasi, dan perilaku konsumen.

Selain sebagai fenomena linguistik, tindak tutur dalam jual beli daring juga mencerminkan adaptasi bahasa terhadap teknologi. Menurut Rahardi (2019), penggunaan bahasa dalam media sosial mencerminkan kreativitas penutur dalam menyesuaikan bentuk tuturan dengan konteks digital yang cepat dan interaktif. Bahasa digital memungkinkan munculnya variasi baru dalam bentuk tindak tutur,

seperti penggunaan kode nonverbal, respons singkat, atau strategi mitigasi melalui simbol dan emoji.

Penelitian mengenai tindak tutur ilokusi dan perlokusi dalam transaksi jual beli di Marketplace Facebook menjadi relevan untuk dilakukan. Analisis ini diharapkan dapat memperlihatkan bagaimana bahasa digunakan secara strategis untuk mencapai tujuan komunikasi serta bagaimana makna dan efek ujaran terbentuk dalam interaksi digital.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah suatu komponen yang perlu diidentifikasi dalam penelitian. Untuk mengkaji masalah yang akan diteliti yang didefinisikan dan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah bentuk tindak tutur ilokusi dan perlokusi yang muncul dalam percakapan jual beli di Marketplace Facebook?
2. Bagaimanakah efek tindak tutur perlokusi yang ditimbulkan dari penggunaan tindak tutur ilokusi dalam interaksi penjual dan pembeli di Marketplace Facebook?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu bertujuan sebagai:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk tindak tutur ilokusi yang digunakan oleh penjual dan pembeli di Marketplace Facebook.

2. Untuk menganalisis hubungan antara tindak tutur yang digunakan dengan strategi komunikasi digital serta efeknya terhadap perilaku konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ada dua manfaat yaitu secara teoritis dan praktis yang tertulis dibawah ini sebagai berikut

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian linguistik pragmatik, khususnya dalam konteks komunikasi digital. Dengan mengkaji tindak tutur ilokusi dan perlokusi dalam media sosial, penelitian ini dapat menjadi kontribusi dalam memahami evolusi fungsi bahasa di era digital Fitriani (2022).

2. Manfaat Praktis

- a. Membantu penjual daring memahami strategi komunikasi yang efektif dan sopan untuk meningkatkan interaksi dengan pembeli.
- b. Menjadi acuan bagi peneliti atau mahasiswa linguistik yang ingin meneliti tindak tutur di ruang digital.
- c. Memberikan wawasan bagi masyarakat umum tentang pentingnya penggunaan bahasa yang santun dan efektif dalam komunikasi daring.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu merujuk pada variable yang telah diinterpretasikan oleh peneliti menjadi bentuk yang lebih konkret, Penyusunan ini sangat penting untuk meminimalisir pengumpulan data. Berikut istilah yang perlu dijelaskan.

1. Tindak Tutur

Tindak tutur yaitu suatu Tindakan komunikasi yang dilakukan melalui ucapan atau kalimat untuk menyampaikan maksud ataupun tujuan tertentu.

Maulida., dkk (2023) mengartikan bahwa tindak tutur merupakan metode yang digunakan oleh penutur untuk menyampaikan informasi.

2. Tindak Tutur Ilokusi

Adalah tindak tutur yang mengandung maksud atau tujuan tertentu dari penutur, misalnya menyuruh, meminta, menawarkan, atau menolak. Dalam konteks ini, ilokusi digunakan oleh penjual untuk memengaruhi mitra tutur (pembeli) agar merespons sesuai harapan (Fitriani, 2022). Tindak tutur ilokusi dapat juga diartikan sebagai tuturan yang diucapkan penutur kepada lawan bicara dengan maksud agar lawan bicara tersebut melakukan Tindakan tertentu. Menurut Meilida., dkk (2023) tindak tutur ilokusi tidak hanya memilikimakna, tetapi juga memiliki Tindakan.

3. Tindak Tutur Perlokusi

Adalah tindak tutur yang menimbulkan efek tertentu pada mitra tutur, seperti membujuk, meyakinkan, atau mendorong keputusan membeli. Tindak perlokusi merepresentasikan dampak psikologis dan perilaku yang dihasilkan dari tindak ilokusi (Sari, 2024).

4. Tindak Tutur Lokusi

Suatu tindakan yang dilakukan oleh penutur untuk menyampaikan informasi atau pernyataan melalui ucapan atau kalimat secara langsung. Tindak lokusi menurut Meliyawai., dkk (2023) suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk menyatakan atau mengungkapkan informasi tanpa disertai dengan Tindakan yang konkret.

5. Marketplace Facebook

Merupakan fitur dalam platform media sosial Facebook yang berfungsi sebagai tempat jual beli daring, di mana pengguna dapat menawarkan, mencari, dan

bertransaksi produk secara langsung melalui pesan pribadi atau komentar. Facebook adalah platform media sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama rekan-rekannya (Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes) pada tahun 2004 di Harvard University. Tujuannya adalah untuk menghubungkan orang-orang di seluruh dunia melalui profil pribadi, pertemanan, dan berbagi konten seperti teks, foto, dan video.