

ABSTRAK

Putri, Nirani Lintang Revika. 2026. *Tindak Tutur Komisif Dalam Siaran Langsung Akun TikTok Batik Sanarakarta*. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Pembimbing (I) Dr. V. Teguh Suharto, M.Pd. (II) Dhika Puspitasari, S.Hum., M.A.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk dan strategi tindak tutur komisif dalam siaran langsung akun TikTok Batik Sanarakarta. Melalui pendekatan pragmatik, penelitian ini secara khusus mengkaji penerapan teori tindak tutur komisif dari Austin dan Searle pada aktivitas interaksi jual beli digital. Fokus utamanya adalah membedah bagaimana tuturan yang digunakan oleh host dapat mengikat diri penjual sekaligus memengaruhi tindakan calon pembeli selama proses siaran berlangsung.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data penelitian berupa tuturan host dalam siaran langsung akun TikTok Batik Sanarakarta yang mengandung tindak tutur komisif. Pengumpulan data dilakukan dengan menerapkan teknik simak, rekam, dan catat terhadap aktivitas siaran langsung. Setelah data terkumpul, proses analisis dilakukan menggunakan model analisis data kualitatif dari Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan enam bentuk tindak tutur komisif, yaitu berjanji, menawarkan, menyatakan kesanggupan, ancaman, penolakan, dan menjamin, dengan bentuk yang paling dominan adalah menawarkan. Terkait strategi bertutur, ditemukan penggunaan strategi langsung dan strategi tidak langsung, di mana strategi langsung dalam bentuk kalimat perintah menjadi yang paling dominan digunakan. Temuan ini membuktikan bahwa host cenderung menggunakan tuturan yang jelas, tegas, dan instan dalam menawarkan produk kepada audiens guna mempercepat keputusan belanja selama siaran langsung.

Kata kunci: tindak tutur komisif, strategi bertutur, TikTok.

ABSTRACT

Putri, Nirani Lintang Revika. 2026. *Tindak Tutur Komisif Dalam Siaran Langsung Akun TikTok Batik Sanarakarta*. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Pembimbing (I) Dr. V. Teguh Suharto, M.Pd. (II) Dhika Puspitasari, S.Hum., M.A.

This study aims to describe the forms and strategies of commissive speech acts in the live streaming of the TikTok account Batik Sanarakarta. Through a pragmatic approach, this study specifically examines the application of Austin and Searle's commissive speech act theories to digital buying and selling interactions. The main focus is to dissect how the utterances used by the hosts bind the sellers while simultaneously influencing the actions of potential buyers during the live stream.

This study employs a descriptive qualitative method. The research data consists of the host's utterances during the live streaming of the TikTok account Batik Sanarakarta that contain commissive speech acts. Data collection was carried out by applying listening, recording, and note-taking techniques to the live stream activities. After the data was collected, the analysis process was conducted using Miles and Huberman's qualitative data analysis model, which includes three main stages: data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results show that six forms of commissive speech acts were found: promising, offering, expressing capability, threatening, refusing, and guaranteeing, with offering being the most dominant form. Regarding speech strategies, both direct and indirect strategies were identified, with the direct strategy in the form of imperative sentences being the most dominant. These findings prove that hosts tend to use clear, assertive, and instant utterances in offering products to the audience to expedite purchasing decisions during the live stream.

Keywords: commissive speech acts, speech strategy, TikTok.