

**TINDAK TUTUR KOMISIF DALAM PROMOSI SEPATU SEPAK BOLA
DI AKUN INSTAGRAM @gilangstore**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh gelar Sarjana

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



Di susun oleh:

Sonny Hendrawan

201910080311010

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Proposal skripsi yang berjudul "Tindak Tutur Komisif dalam Promosi Sepatu Sepak Bola di Akun Instagram @gilangstore" ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi pada tanggal 1 Juli 2025.



LEMBAR PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Malang

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Bahasa Indonesia
Tanggl 1 Juli 2025



Dewan Penguji :

1. Purwati Aggraini, S.S., M.Hum
2. Arif Setiawan, M.Pd
3. Dr. Hari Windu Asrini, M.S.i.
4. Arti Prihatini, M.P.d

Tanda Tangan:

1. 

2. 

3. 

4. 

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sonny Hendrawan

NIM : 201910080311010

Jurusan : Pendidikan Bahasa Indonesia

Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Tugas akhir dengan judul "Tindak Tutur Komisif dalam Promosi Sepatu Sepak Bola di Akun Instagram @gilangstore" adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIAT, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat digunakan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALITI NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 1 Juli 2025



Sonny Hendrawan

ABSTRAK

Sonny Hendrawan. 2025. Tindak Tutur Komisif dalam Promosi Sepatu Sepak Bola di Akun Instagram @gilangstore. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, FKIP, Universitas Muhammadiyah Malang. Pembimbing: (1) Dr. Hari Windu Asrini, M.S.i. (2) Arti Prihatini, M.P.d.

Kata Kunci: Tindak Tutur Komisif, Kesantunan Berbahasa, Instagram, Jual Beli Online.

Penelitian ini membahas tindak tutur komisif dalam transaksi jual beli sepatu sepak bola di akun Instagram @gilangstore. Bahasa sebagai media komunikasi memiliki peran penting dalam mendukung interaksi yang efektif melalui penerapan prinsip kesantunan berbahasa. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk dan konteks tindak tutur komisif yang digunakan penjual dalam promosi untuk membangun kepercayaan dan menarik minat pembeli. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori tindak tutur dari Searle (1979) dan pendekatan pragmatik kontekstual dengan bantuan model S.P.E.A.K.I.N.G dari Dell Hymes sebagai kerangka untuk memahami konteks ujaran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analitis untuk menggali makna, konteks, dan strategi komunikasi yang terkandung dalam caption promosi. Data diambil melalui metode dokumentasi dengan mengumpulkan postingan gambar, video, dan caption dari periode Januari hingga Desember 2024. Instrumen penelitian berupa Lembar Analisis Tindak Tutur Komisif digunakan untuk mengidentifikasi jenis tindak tutur komisif. Data dianalisis dengan teori tindak tutur Austin dan Searle melalui langkah klasifikasi, interpretasi makna, dan analisis konteks. Proses reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Keabsahan data dijamin dengan triangulasi dan diskusi dengan ahli bidang pragmatik dan komunikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis tindak tutur komisif yang dominan digunakan, yaitu *promises* (menjanjikan), *offer* (menawarkan), dan *swear that* (bersumpah). Peneliti menemukan masing-masing 4 postingan *promises*, 12 *postingan offer*, dan 4 *postingan swear that* pada akun @gilangstore. Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa tindak tutur *offer* lebih mendominasi, menunjukkan bahwa pihak @gilangstore lebih sering menggunakan strategi penawaran sebagai sarana komunikasi dengan konsumen.

ABSTRAC

Sonny Hendrawan. 2025. *Commissive Speech Acts in the Promotion of Football Shoes on the Instagram Account @gilangstore*. Thesis. Indonesian Language Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Muhammadiyah University of Malang. Advisors: (1) Dr. Hari Windu Asrini, M.Si., (2) Arti Prihatini, M.Pd.

Keywords: *Commissive Speech Acts, Politeness, Instagram, Online Selling*

This research discusses commissive speech acts in the buying and selling of football shoes through the Instagram account @gilangstore. Language as a medium of communication plays an important role in supporting effective interaction through the application of politeness principles. This study aims to describe the forms and contexts of commissive speech acts used by the seller in promotions to build trust and attract buyers. The analysis uses Searle's (1979) speech act theory and a contextual pragmatic approach supported by Dell Hymes' S.P.E.A.K.I.N.G model as a framework to understand the utterance context.

This study applies a descriptive qualitative analytical approach to explore the meanings, contexts, and communication strategies contained in promotional captions. Data were collected through documentation by gathering image, video, and caption posts from January to December 2024. The research instrument, a Commissive Speech Act Analysis Sheet, was used to identify the types of commissive speech acts. Data were analyzed based on Austin and Searle's speech act theory through classification, meaning interpretation, and contextual analysis. Data reduction was carried out to filter information relevant to the research focus. Data validity was ensured through triangulation and discussions with experts in pragmatics and communication.

The results show that there are three dominant types of commissive speech acts used, namely promises, offers, and swear that. The researcher found 4 posts containing promises, 12 containing offers, and 4 containing swear that on the @gilangstore account. From these findings, it can be concluded that offers are the most dominant, indicating that @gilangstore most frequently uses offering strategies as a means of communication with consume

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tindak Tutur Komisif dalam Promosi Sepatu Sepak Bola di Akun Instagram @gilangstore”.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa terdapat pihak-pihak yang mendukung sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Prof., Dr., H. Nazaruddin Malik, SE., M.si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang. Pendidikan Universitas Muhammadiyah Malang.
- 2) Ibu Prof., Dr. Trisakti Handayani, M.M., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu
- 3) Bapak Arif Setiawan, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Muhammadiyah Malang.
- 4) Ibu Dr. Hari Windu Asrini, M.S.i., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan.
- 5) Ibu Arti Prihatini, M.P.d., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Demi perbaikan selanjutnya, saran maupun kritik yang dapat membangun dan menyempurnakan skripsi ini akan diterima dengan senang hati oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Malang, 1 Juli 2025

Penulis

Sonny Hendrawan

DAFTAR ISI

Cover

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Definisi Oprasional	9
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Pragmatik	12
2.2 Tindak Tutur	15
2.3 Tindak Tutur Komisif dalam Promosi	17
2.4 Konteks Tindak Tutur	20
2.5 Media Sosial dalam Pemasaran	24
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
3.2 Sumber Data dan Data	29
3.3 Prosedur Pengumpulan Data	30
3.4 Instrumen Penelitian	31
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.6 Teknik Reduksi Data	36
3.7 Pengecekan Keabsahan Data	37

BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Hasil Penelitian	38
4.1.1 Bentuk Tindak Tutur Komisif.....	39
4.2. Pembahasan.....	87
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
LAMPIRAN	94
Lampiran 1 Korpus Data.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Lembar Analisis Tindak Tutur Komisif.....	32
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	39
Gambar 2	41
Gambar 3	43
Gambar 4	45
Gambar 5	48
Gambar 6	50
Gambar 7	53
Gambar 8	56
Gambar 9	58
Gambar 10	61
Gambar 11	63
Gambar 12	66
Gambar 13	68
Gambar 14	70
Gambar 15	73
Gambar 16	75
Gambar 17	77
Gambar 18	80
Gambar 19	82
Gambar 20	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Korpus Data	94
Lampiran 2 Biodata Penulis	123



DAFTAR PUSTAKA

- Aurofah, N. (2019). *Analisis Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beli Online dan Offline*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Clarendon Press.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi V*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Chaer, A. (2010). *Pragmatik: Perkenalan awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Devi, S. L., & Utomo, S. (2021). *Analisis Tindak Tutur dalam Konteks Jual Beli Online: Pendekatan Pragmatik*. *Jurnal Linguistik Indonesia*, 9(2), 112–125. <https://doi.org/10.1234/jli.v9i2.567>
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.004>
- Grice, H. P. (1975). *Logic and conversation*. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics, Vol. 3: Speech acts* (pp. 41–58). Academic Press.
- Hanna, R., Rohm, A. J., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265–273. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.007>
- Hymes, D. (1974). *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. University of Pennsylvania Press.
- Kalbuadi, P. (2015). *Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus pada Forum Kaskus)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.

- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Oktavia, O., Siregar, S. V., Wardhani, R., & Rahayu, N. (2020). "The Effects of Financial Derivatives on Earnings Management and Market Mispricing." *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(3), 289–307.
- Paina, S. (2010). *Tindak Tutur Komisif Bahasa Jawa: Kajian Sosiopragmatik*. Disertasi. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Pratiwi, I. (2019). *Kenyamanan dalam Percakapan Transaksi Online dan Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Pembeli*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 15(3), 123-135.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Sheila, F. & Assidik, A. (2022). *Tindak Tutur pada Bahasa Promosi (Endorsement) di Instagram*. *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 8(1), 45–55.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social media marketing*. Pearson. Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Clarendon Press
- Widayanti, S. R., & Kustinah. (2019). *Analisis Pragmatik pada Fungsi Tindak Tutur dalam Film Karya Walt Disney*. *Prasasti: Journal of Linguistics*, 4(2), 180–185.
- Yule, G. (2006). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

bind.umm.ac.id | bahasasastra@umm.ac.id | @bahasaindonesiaumm | BAHASASASTRAUMM

LEMBAR HASIL CEK PLAGIASI

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia FKIP UMM Menyatakan bahwa:

Nama : Sonny Hendrawan

NIM : 201910080311010

Telah melakukan uji kesamaan Karya Ilmiah dalam bentuk Tugas Akhir (Skripsi) dengan hasil sebagai berikut:

Bagian Skripsi (BAB)	Presentase Hasil Kesamaan
BAB I Pendahuluan	4%
BAB II Kajian Pustaka	3%
BAB III Metode Penelitian	4%
BAB IV Hasil dan Pembahasan	5%
BAB V Kesimpulan dan Saran	0%

Berdasarkan presentase hasil uji kesamaan, dapat disimpulkan bahwa hasil deteksi plagiasi telah memenuhi syarat dan ketentuan yang telah diatur pada Peraturan Rektor No. 2 Tahun 2017.

Malang, 28 Juli 2025
Ketua Program Studi,



[Signature]
Arif Setiawan, M.Pd



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id