

ABSTRAK

Cindy Irene Githa Sihombing, NIM 2193510017, Analisis Tindak Tutur Ilokusi Pada Interaksi Penjual Pembeli *Live Tiktok* kajian (Pragmatik Searle) Program Studi Sastra Indonesia, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, 2024.

Bahasa adalah bagian penting dari kehidupan manusia, terutama sebagai alat untuk berkomunikasi. Perkembangan teknologi telah memungkinkan orang untuk berkomunikasi dalam jarak jauh. Salah satu teknologi komunikasi jarak jauh yang paling dekat dengan kehidupan manusia saat ini adalah internet dan telepon seluler (ponsel). Kehadiran internet di telepon seluler telah menciptakan hal baru untuk berkomunikasi. Toko online (*Tiktok*) yang menjual barang dan alat dapat menghasilkan berbagai bentuk komunikasi. Berbelanja secara online mungkin menjadi lebih mudah bagi semua orang. Dengan menghubungkan ponsel ke internet, mereka dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja. Untuk membayar, Anda dapat menggunakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Dalam belanja online, banyak tindakan verbal yang berbeda sering digunakan dalam komunikasi antara penjual dan pembeli. Dalam belanja online, komunikasi melibatkan dua orang yang tidak saling mengenal atau bahkan tidak pernah bertemu, tetapi tetap dapat melakukan transaksi jual beli dan bekerja sama dengan baik. (1) Wujud tindak tutur dalam interaksi antara penjual dan pembeli di *Tiktok Live* (2) Strategi tindak bicara dalam interaksi antara penjual dan pembeli di *Tiktok Live* dan (3) Fungsi perilaku verbal dalam interaksi antara penjual dan pembeli di *Tiktok Live*. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian kualitatif. Data penelitian ini terdiri dari penggalan tuturan tertulis, yang dapat berupa kata, frasa, dan kalimat dalam percakapan, serta hubungannya dengan penjualan produk di toko online *Tiktok*. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi. Analisis data yang digunakan mencakup (1) Reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wujud, strategi, dan fungsi tindak tutur berbeda dalam interaksi penjual pembeli di toko *Tiktok*. Ini menciptakan masalah pertama tentang wujud, strategi, dan fungsi tindak tutur yaitu; a. asertif menyatakan (ketersediaan barang), asertif memberitahukan (menyebut harga), asertif menyarankan (menyuruh), b. direktif memesan (memilih warna), direktif memerintah (mengisi format pesanan), direktif meminta (menyarankan), c. ekspresif memaafkan, menyalahkan, mengucapkan terima kasih, d. komisif berjanji, menawarkan (membujuk), e. deklaratif (memutuskan); a. strategi tindak tutur harafiah dan, b. strategi tindak tutur tidak harafiah; a. fungsi kompetitif memerintah (menggunakan media lain), b. fungsi kompetitif meminta (menyarankan) (meminta alamat dan nomor), c. fungsi menyenangkan menawarkan (menjanjikan sesuatu dan membujuk), d. fungsi menyenangkan mengucapkan terima kasih, e. fungsi bekerja sama menyatakan (memberi informasi ketersediaan barang, memberi tahu warna barang). Peneliti menemukan bahwa hasil penelitian ini merekomendasikan bahwa peneliti masa depan hanya perlu mempelajari bentuk, strategi, dan fungsi tindak tutur. Oleh karena itu, kami menyarankan bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk memperluas penelitian ini dengan mempelajari studi perilaku bahasa dalam berbagai domain penelitian.

Kata Kunci : Pragmatik, Searle, Transaksi Jual Beli Online, *Tiktok Shop*