

Tindak Tutur dan Implikatur dalam Komentar Netizen terhadap Estetika Influencer pada Akun TikTok “Hi, ini Chacu”: Kajian Pragmalinguistik

Eldaa Crystle Wenno^{1*}

Jolanda Tomasouw²

June Carmen Noya van Delzen³

Henderika Serpara⁴

¹²³⁴ Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman, Universitas Pattimura, Indonesia

¹ eldaa.wenno@lecturer.unpatti.ac.id*

² jolanda.tomasouw@lecturer.unpatti.ac.id

³ june.vandelzen@lecturer.unpatti.ac.id

⁴ henderika.serpara@lecturer.unpatti.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tindak tutur dan implikatur dalam komentar netizen terhadap estetika influencer pada akun TikTok “Hi, ini chacu” (@chacuuuu). Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan lokusi, ilokusi, perlokusi, dan implikatur dalam komentar netizen terkait penampilan influencer tersebut. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data berupa 30 komentar terpilih dari kolom komentar publik akun tersebut. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dan catat, lalu dianalisis dengan mengidentifikasi makna literal, daya ilokusi, efek perlokusi, dan makna tersirat. Hasil penelitian menunjukkan empat pola umum: komentar berfokus pada make-up, hasil visual, detail wajah, aura, dan kecocokan gaya; didominasi oleh sindiran dan ejekan; cenderung membentuk opini negatif audiens; serta menyiratkan bahwa kecantikan influencer dianggap tidak autentik, berlebihan, atau kurang sesuai. Temuan ini menunjukkan bahwa kolom komentar TikTok tidak hanya berfungsi sebagai ruang interaksi, tetapi juga sebagai arena evaluasi sosial tempat bahasa digunakan untuk membangun penilaian estetika dan persepsi publik.

Kata Kunci: *evaluasi estetika, implikatur, komentar netizen, pragmalinguistik, tindak tutur*

Abstract

This study examines speech acts and implicature in netizens' comments on the aesthetics of an influencer on the TikTok account “Hi, ini chacu” (@chacuuuu). It aims to describe locutionary, illocutionary, and perlocutionary acts, as well as implicature, in netizens' comments on the influencer's appearance. The study employed a descriptive qualitative method, using 30 selected comments from the account's public comment section as the data. The data were collected through documentation and note-taking techniques and analyzed by identifying literal meaning, illocutionary force, perlocutionary effects, and implied meaning. The findings reveal four general patterns: the comments focus on makeup, visual appearance, facial details, aura, and style suitability; they are dominated by sarcasm and ridicule; they tend to shape negative audience opinions; and they imply that the influencer's beauty is perceived as inauthentic, excessive, or inappropriate. These findings indicate that TikTok's comment section functions not only as a space for interaction, but also as an arena of social evaluation in which language is used to construct aesthetic judgments and public perception.

Keywords : *aesthetic evaluation, implicature, netizen comments, pragmalinguistics, speech acts*

Pendahuluan

Media sosial telah menjadi ruang interaksi publik yang memungkinkan pengguna saling merespons, menilai, dan membangun opini secara terbuka (Suhendra & Pratiwi, 2024). Dalam ruang digital tersebut, figur influencer sering menjadi objek perhatian karena penampilan, gaya visual, dan citra yang mereka tampilkan terus-menerus dikonsumsi publik (Fatika & Azril, 2025). Kolom komentar pun tidak lagi berfungsi semata-mata sebagai tempat respons spontan, melainkan juga sebagai ruang publik tempat netizen mengekspresikan penilaian dan evaluasi sosial, yang sering kali tidak sepenuhnya disertai pertimbangan rasional dan etika komunikasi yang memadai (Angga et al., 2023). Selain itu, komentar netizen terbukti memiliki pengaruh terhadap pembentukan citra diri dan reputasi figur di media sosial, baik melalui komentar yang mendukung maupun yang merendahkan (Hermawan & Gassing, 2023).

Dalam praktik berbahasa, komentar-komentar tersebut kerap diwujudkan melalui sindiran, sarkasme, dan bentuk ketidaksantunan verbal lain yang menunjukkan penyimpangan pragmatis dalam komunikasi digital (Nugrahani, 2018). Fenomena ini menunjukkan bahwa kolom komentar media sosial merupakan arena evaluasi sosial tempat bahasa digunakan untuk membentuk persepsi publik terhadap seseorang. Secara pragmatik, fenomena tersebut menarik untuk dikaji karena makna komentar tidak selalu hadir secara langsung dalam bentuk literal. Tuturan yang tampak sederhana sering kali mengandung maksud, efek, dan makna tersirat yang hanya dapat dipahami melalui konteks, pilihan kata, nada evaluatif, dan situasi tutur yang melatarinya. Oleh karena itu, kajian pragmatik relevan digunakan untuk menelaah komentar netizen karena memungkinkan peneliti menjelaskan bukan hanya apa yang dikatakan, tetapi juga bagaimana penilaian sosial dibangun melalui bahasa.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kajian pragmatik telah diterapkan pada berbagai objek komunikasi digital maupun non-digital. Septiana et al. (2020) menelaah tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam dialog film, sedangkan Safitri dan Maharani (2024) mengkaji ilokusi dalam lirik lagu. Pada ranah media sosial, Maharani dan Utomo (2020) meneliti tindak tutur lokusi pada akun Twitter, Melani dan Utomo (2022) membahas ilokusi dalam unggahan Instagram, dan Astri (2020) mengkaji lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam cuitan atau meme di Instagram. Rangkaian penelitian tersebut menunjukkan bahwa teori tindak tutur dapat diterapkan pada beragam bentuk komunikasi, baik dalam media konvensional maupun media digital.

Penelitian pragmatik pada TikTok juga telah mengalami perkembangan. Waskito et al. (2024) mengkaji tindak tutur lokusi dalam siaran langsung TikTok, Sihombing (2024) membahas ilokusi dalam interaksi penjual dan pembeli pada live TikTok, dan Muthmainnah et al. (2024) menelaah tindak tutur siaran langsung jualan berdasarkan teori Austin. Selain itu, Sari et al. (2024) menyoroti bahasa humor pada balasan komentar admin akun TikTok, Maryati dan Ningsih (2023) mengkaji tindak tutur ekspresif dalam akun TikTok, dan Putty et al. (2025) menelaah ironi dalam komentar TikTok terhadap influencer skincare sebagai bentuk perundungan siber. Malikha (2024) juga membahas penggunaan bahasa dalam iklan produk kecantikan di TikTok. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi objek yang cukup luas dalam penelitian pragmatik. Meskipun demikian, fokus kajian sebelumnya masih tersebar pada siaran langsung, balasan admin, ekspresi humor, ironi komentar, dan bahasa iklan. Penelitian yang secara khusus menelaah komentar netizen terhadap estetika influencer pada satu akun TikTok tertentu sebagai praktik evaluasi sosial masih terbatas. Di samping itu, penelitian sebelumnya cenderung menonjolkan satu aspek pragmatik saja, sedangkan kajian yang memadukan lokusi, ilokusi, perlokusi, dan implikatur dalam komentar

estetika digital belum banyak dilakukan. Keterbatasan inilah yang menjadi gap dalam penelitian ini.

Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini menggunakan dua landasan teori utama, yaitu teori tindak tutur Austin (1962) untuk menganalisis dimensi lokusi, ilokusi, dan perlokusi, serta teori implikatur Grice (1975) untuk menafsirkan makna tersirat dalam komentar netizen. Kedua teori tersebut diterapkan dalam pendekatan pragmatolinguistik untuk menjelaskan bagaimana bentuk bahasa, maksud tuturan, efek tuturan, dan konteks sosial bekerja secara bersamaan dalam komentar media sosial. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap komentar netizen mengenai estetika influencer pada satu akun TikTok tertentu, yaitu akun “Hi, ini chacu” (@chacuuuu), serta pada penggunaan analisis terpadu atas lokusi, ilokusi, perlokusi, dan implikatur untuk mengungkap komentar netizen sebagai praktik evaluasi sosial yang diwujudkan melalui sindiran, ejekan, pujian semu, dan kritik tidak langsung. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pertanyaan: bagaimana bentuk lokusi, ilokusi, perlokusi, dan implikatur dalam komentar netizen terhadap estetika influencer pada akun TikTok “Hi, ini chacu” (@chacuuuu) ?

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatolinguistik. Metode ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan menghitung frekuensi bahasa, melainkan mendeskripsikan dan menafsirkan makna tuturan berdasarkan konteks penggunaannya (Moleong, 2004). Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pragmatolinguistik. Pendekatan pragmatolinguistik digunakan untuk mengkaji hubungan antara bentuk bahasa dan makna dalam konteks, sehingga sesuai untuk menelaah komentar netizen yang sering memuat sindiran, ejekan, pujian semu, dan makna tidak langsung (Wijana, 1996) (Leech, 2016). Analisis penelitian ini bertumpu pada teori tindak tutur Austin (1962) untuk mengidentifikasi lokusi, ilokusi, dan perlokusi, serta teori implikatur Grice (1975) untuk menafsirkan makna tersirat dalam komentar.

Sumber data penelitian adalah komentar pada akun TikTok “Hi, ini chacu” (@chacuuuu) yang terdapat di ruang komentar publik. Data penelitian berjumlah 30 komentar yang dipilih secara purposif dengan kriteria: (1) mengandung penilaian terhadap penampilan, make-up, aura, gaya visual, detail wajah, atau persona influencer; (2) memuat unsur kritik, sindiran, ejekan, pertanyaan evaluatif, atau saran; dan (3) berpotensi dianalisis melalui lokusi, ilokusi, perlokusi, dan implikatur. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dan catat dengan cara menyalin komentar yang relevan, memberi kode data, dan menyusunnya dalam tabel kerja analisis.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu membaca seluruh komentar secara berulang, mengidentifikasi makna literal sebagai lokusi, mengklasifikasikan maksud tuturan sebagai ilokusi, menafsirkan efek potensialnya sebagai perlokusi, dan mengungkap makna tersiratnya sebagai implikatur. Keabsahan data dijaga melalui pembacaan berulang, konsistensi kategorisasi, dan triangulasi teori dengan menggunakan teori tindak tutur Austin dan implikatur Grice.

Hasil

Analisis terhadap 30 komentar dari pengguna akun TikTok “Hi, ini chacu” (@chacuuuu) menemukan empat pola umum. (1) Dari segi lokusi, komentar para netizen lebih banyak bertumpu pada elemen visual yang langsung terlihat, seperti makeup, hasil

visual dan detail wajah. (2) Pada aspek ilokusi, komentar didominasi oleh sindiran, ejekan dan hinaan yang menunjukkan bahwa penilaian estetika sering kali disampaikan dengan cara yang tidak langsung daripada secara lugas. (3) Dari sisi perlokusi, komentar-komentar ini cenderung menciptakan pandangan negatif audiens terhadap penampilan influencer, dengan cara mendorong pembaca untuk meragukan keaslian aura dan menganggap hasil visual tidak sepadan dengan ekspektasi. (4) Pada tingkat implikatur, banyak komentar dari pengguna yang menyiratkan bahwa kecantikan influencer dianggap tidak asli, berlebihan, atau tidak sesuai dengan harapan estetika dari netizen. Dengan demikian, komentar mengenai estetika di TikTok tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga merupakan praktik penilaian sosail yang kompleks. Untuk memperjelas keseluruhan data yang dianalisis, korpus komentar netizen dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Korpus Data Komentar Netizen (D1-D30)

Kode	Komentar
1	"bener ya aura tu ga bisa di beli"
2	"even dia aja ga terlalu banyak upload fotonya pake dress itu. cewe kalo excited sama sesuatu bakalan over post kok"
3	"perfect bgt kalo di akun sendiri"
4	"jaga angle bgt"
5	"alisnya tinggi bgt"
6	"kak ngga pegel alisnya neken ke atas mulu?"
7	"Cuci muka lipstick nya masih ada"
8	"padahal klo pake gaun warna putih trus rambutnya digera curly, kayanya lebih cakep"
9	"u look so prett"
10	"iya chu, ekspektasi aku ketinggian karna persiapan kamu se umbar dan se waw itu"
11	"aura budhe2nya kuat banget"
12	"tumben rambutnya ngga badai"
13	"ngampung bgt"
14	"alisnya naik tandanya"
15	"duta dempol gabisa lepas dari soplens"
16	"TERNYATA YANG BUAT KURENG ITU DI LIPS"
17	"ya lagian tiap hari dempul masa pas nikah pake konsep yang soft gini, kebalik"
18	"kan emg b aja dari dulu"
19	"fans nya yang terlalu lebay muji"
20	"sbnr nya makeup nya bgs cuma sih org aja"
21	"Kalo ga makeup vibesnya orang kabupaten"
22	"Kak bukan makeup km yg salah emg isi sendiri"
23	"30jt, berasa makeup ratusan ribu"
24	"sebenarnya bukan makeup nya yang jelek, cuman kurang cocok aja di muka chacu, yagasi"
25	"OMG auranya gelap sekalih"
26	"JUJUR MUKA DIA NYEBELIN BGTTT"
27	"AURA NYA ITU LOH GADAAAAA HAHAHA"
28	"cobain make-up fresh rmbut d terangin sesuai tone kulit psti lbh cntik seger"
29	"a*j dempul bnget"
30	"mangaapp"

Lokusi dalam Komentar Netizen

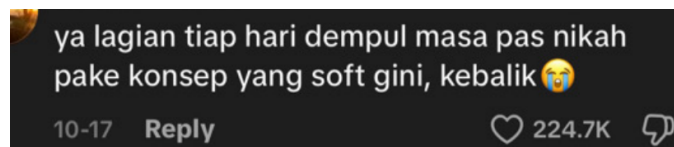
Pada tahap awal analisis, telah diidentifikasi isi literal komentar netizen untuk melihat objek evaluasi yang paling sering muncul. Dalam penelitian ini, pengelompokan lokusi dilakukan berdasarkan fokus dominan setiap komentar, sehingga satu data

ditempatkan pada satu kategori utama. Distribusi topik lokusi dalam komentar netizen disajikan pada Tabel 2.

No.	Topik Lokusi	Kode Data	Jumlah
1	Aura/karisma visual	D1, D11, D25, D27	4
2	Make-up/ketebalan riasan	D7, D17, D20, D21, D23, D24, D28, D29	8
3	Detail wajah (alis, lips, softlens)	D5, D6, D14, D15, D16, D30	6
4	Kecocokan gaya visual/hasil visual	D2, D3, D4, D8, D9, D10, D12	7
5	Persona/wajah influencer secara personal	D13, D18, D19, D22, D26	5
	Total		30

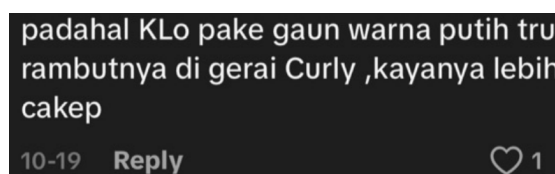
Pada tingkat lokusi, komentar netizen secara literal paling banyak bertumpu pada make-up, hasil visual, dan detail wajah. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian estetika warganet berangkat dari aspek-aspek yang paling mudah diamati, seperti ketebalan riasan, kecocokan tampilan, alis, lips, dan ekspresi wajah. Dalam kerangka Austin, lokusi dipahami sebagai isi ujaran yang hadir pada permukaan tuturan, yaitu apa yang secara literal diucapkan sebelum ditafsirkan lebih jauh pada tingkat ilokusi, perlokusi, dan implikatur.

Data D17 berbunyi, *ya lagian tiap hari dempul masa pas nikah pake konsep yang soft gini, kebalik*. Secara lokusi, komentar ini menyatakan bahwa make-up sehari-hari influencer terlihat tebal, sedangkan pada momen pernikahan justru digunakan konsep make-up yang lembut. Pada tingkat literal, ujaran ini berfokus pada ketebalan riasan dan ketidaksesuaian konsep visual yang ditampilkan. Data ini memperlihatkan bahwa komentar netizen pada tingkat lokusi tidak hanya menyebut objek visual, tetapi juga sudah menunjuk pada perbandingan antara tampilan sehari-hari dan tampilan pada momen tertentu.



Gambar 2. Screenshot Komentar D17

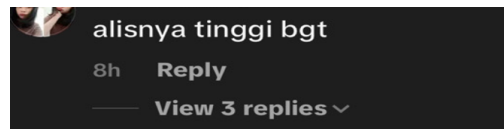
Data D8, *padahal klo pake gaun warna putih trus rambutnya digerai curly, kayanya lebih cakep*. Secara lokusi, komentar ini menyatakan bahwa penampilan influencer dianggap akan terlihat lebih baik apabila menggunakan gaun berwarna putih dan rambut digerai bergelombang. Pada tingkat literal, ujaran ini berfokus pada kecocokan gaya visual, khususnya pada pilihan busana dan tatanan rambut. Data ini menunjukkan bahwa pada tingkat lokusi, komentar netizen tidak hanya menyoroti detail riasan atau wajah, tetapi juga menilai hasil visual secara keseluruhan berdasarkan kombinasi unsur penampilan yang dianggap lebih sesuai.



Gambar 2. Screenshot Komentar D8

Data D5, yaitu *“alisnya tinggi bgt”*. Secara lokusi, komentar ini hanya menyatakan bahwa alis terlihat sangat tinggi. Meskipun singkat, ujaran seperti ini penting karena

menunjukkan bahwa detail kecil pada wajah pun dapat menjadi pusat evaluasi estetika. Dengan demikian, pada tingkat lokusi dapat dilihat bahwa komentar literal netizen memang bertumpu pada riasan dan elemen visual wajah yang paling menonjol.



Gambar 3. Screenshot Komentar D5

Berdasarkan analisis tersebut, lokusi dalam komentar netizen menunjukkan bahwa evaluasi estetika bermula dari pengamatan literal terhadap unsur visual yang paling menonjol, baik pada make-up, detail wajah, aura, maupun kecocokan gaya visual. Dengan demikian, tingkat lokusi menjadi landasan awal untuk menafsirkan maksud, efek, dan makna tersirat komentar pada tahap analisis berikutnya.

Ilokusi dalam Komentar Netizen

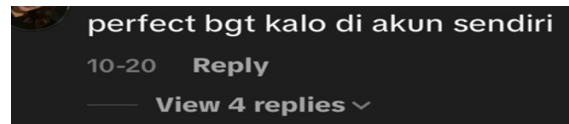
Setelah makna literal diidentifikasi, tahap berikutnya ialah menelaah maksud tuturan yang terkandung di dalam komentar. Dalam teori tindak tutur Austin, ilokusi merujuk pada tindakan yang dilakukan penutur melalui ujarannya, sehingga bentuk literal komentar tidak selalu sama dengan maksud yang ingin disampaikan. Dalam konteks komentar TikTok, penilaian estetika sering tidak diungkapkan secara lugas, melainkan dibungkus dalam sindiran, ejekan, pujian semu, atau ungkapan santai yang bernada evaluatif. Oleh karena itu, analisis ilokusi penting untuk menjelaskan bagaimana komentar netizen bekerja sebagai tindakan kritik tidak langsung. Distribusi bentuk ilokusi dalam komentar netizen disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Bentuk Ilokusi dalam Komentar Netizen

No.	Bentuk Ilokusi	Kode Data	Jumlah
1	Sindiran	D1, D2, D3, D4, D5, D10, D11, D12, D13, D17, D20, D23, D24, D25, D28, D30	16
2	Ejekan	D9, D14, D15, D21, D26, D27, D29	7
3	Sindiran dan Ejekan	D22	1
4	Saran	D8	1
5	Saran/Sindiran	D16	1
6	Pertanyaan	D6	1
7	Perhatian	D7	1
8	Pernyataan	D18	1
9	Fakta	D19	1
	Total		30

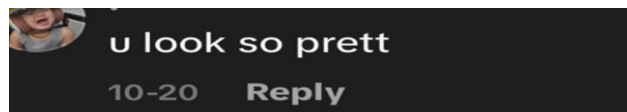
Pada tataran ilokusi, bentuk yang paling dominan adalah sindiran dan ejekan. Temuan ini menunjukkan bahwa netizen cenderung menyampaikan penilaian estetika secara tidak langsung, baik melalui pujian semu, ironi, maupun ungkapan santai yang bernada merendahkan.

Data D3 berbunyi “*perfect bgt kalo di akun sendiri*”. Secara lokusi, komentar ini menyatakan bahwa influencer tampak sempurna di akun miliknya sendiri. Namun, dalam kerangka tindak tutur Austin, tuturan ini tidak berhenti sebagai pernyataan biasa, melainkan memiliki daya ilokusi berupa sindiran. Frasa “*di akun sendiri*” membatasi pujian dan sekaligus mengisyaratkan bahwa kesan sempurna hanya berlaku dalam ruang visual yang dikendalikan oleh subjek. Dengan demikian, pujian yang muncul pada permukaan tuturan justru berfungsi sebagai kritik tidak langsung terhadap keaslian penampilan influencer.



Gambar 4. Screenshot Komentar D3

Data D9 berbunyi “*u look so prett*”. Pada tingkat lokusi, komentar ini tampak seperti pujian sederhana. Akan tetapi, jika dibaca dalam konteks komentar lain yang dominan bernada evaluatif negatif, tuturan tersebut lebih tepat dipahami sebagai ejekan. Dalam perspektif Austin, hal ini menunjukkan bahwa bentuk literal yang tampak positif dapat memiliki daya ilokusi yang berbeda dari makna permukaannya. Kata-kata yang seolah memuji dalam data ini tidak bekerja sebagai apresiasi tulus, melainkan sebagai kritik yang dibungkus secara halus dan sarkastik.



Gambar 5. Screenshot Komentar D9

Berdasarkan analisis tersebut, dapat dipahami bahwa ilokusi dalam komentar netizen bekerja melalui perbedaan antara bentuk literal dan maksud tuturan. Dalam konteks ini, sindiran dan ejekan menjadi strategi dominan yang digunakan netizen untuk mengkritik, merendahkan, atau mempertanyakan penampilan influencer secara tidak langsung.

Perlokusi dalam Komentar Netizen

Pada tataran perlokusi, komentar netizen tidak hanya dipahami sebagai ujaran individual, tetapi sebagai tuturan yang berpotensi membentuk arah penilaian audiens. Dalam teori tindak tutur Austin, perlokusi merujuk pada efek atau dampak yang ditimbulkan tuturan terhadap pihak lain. Dengan demikian, komentar di kolom TikTok tidak berhenti sebagai ekspresi penilaian personal, tetapi juga dapat memengaruhi cara pembaca lain menilai aura, make-up, kecocokan gaya visual, maupun persona influencer. Oleh karena itu, analisis perlokusi penting untuk menjelaskan bagaimana komentar netizen bekerja membentuk opini kolektif di ruang digital. Distribusi efek perlokusi dalam komentar netizen disajikan pada Tabel 4.

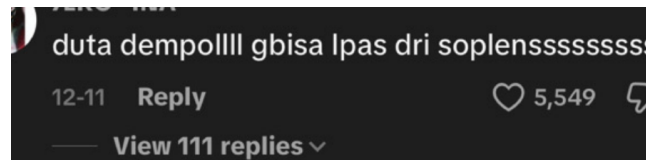
Tabel 4. Distribusi Efek Perlokusi dalam Komentar Netizen

No.	Efek Perlokusi Dominan	Kode Data	Jumlah
1	Meragukan keaslian aura/kecantikan	D1, D3, D4, D11, D25, D27	6
2	Menilai make-up terlalu tebal/tidak proporsional	D5, D6, D7, D14, D15, D16, D17, D29, D30	9
3	Mengarahkan audiens pada penilaian gaya tidak cocok	D2, D8, D12, D21, D24, D28	6
4	Membentuk opini bahwa hasil visual tidak sepadan	D9, D10, D18, D19, D23	5
5	Menggeser penilaian ke persona subjek	D13, D20, D22, D26	4
	Total		30

Berdasarkan Tabel 4, efek perlokusi yang paling dominan adalah dorongan kepada audiens untuk menilai make-up influencer terlalu tebal atau tidak proporsional. Selain itu, cukup banyak komentar yang membentuk keraguan terhadap keaslian aura serta mengarahkan pembaca pada penilaian bahwa gaya visual yang ditampilkan kurang cocok. Pola ini menunjukkan bahwa komentar netizen bekerja secara sosial: komentar tidak

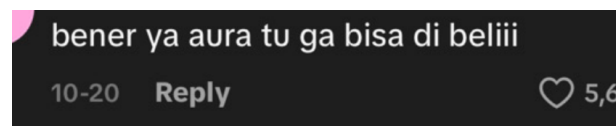
hanya dibaca sebagai respons pribadi, tetapi juga menjadi isyarat bagi audiens lain untuk menilai penampilan influencer dengan cara yang serupa.

Data D15 berbunyi "*duta dempol gabisa lepas dari soplens*". Dari sudut perlokusi, komentar ini mendorong audiens untuk melihat tampilan influencer sebagai terlalu tebal, terlalu buatan, dan cenderung berlebihan. Efek yang ditimbulkan bukan hanya perhatian pada make-up, tetapi juga pembentukan opini bahwa riasan yang digunakan tidak lagi tampak wajar. Dengan demikian, komentar ini bekerja memperkuat persepsi negatif terhadap proporsi dan kesesuaian tampilan visual influencer.



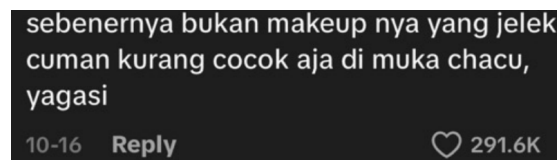
Gambar 6. Screenshot Komentar D15

Data D1 berbunyi, "*bener ya aura tu ga bisa di beli*". Dari sudut perlokusi, komentar ini mendorong audiens untuk meragukan keaslian aura influencer. Efek yang dibangun bukan hanya berupa penilaian bahwa aura tidak dapat diperoleh secara instan, tetapi juga pembentukan opini bahwa pesona yang ditampilkan influencer tidak sepenuhnya autentik. Dengan demikian, komentar ini bekerja mengarahkan pembaca pada keraguan terhadap kualitas aura atau karisma visual yang ditampilkan.



Gambar 7. Screenshot Komentar D1

Sedangkan data D24 yaitu, "*sebenarnya bukan makeup nya yang jelek, cuman kurang cocok aja di muka chacu, yagasi*". Dari sudut perlokusi, komentar ini mengarahkan audiens untuk menilai bahwa masalah utama terletak pada ketidakcocokan hasil visual, bukan semata-mata pada kualitas make-up. Efek yang ditimbulkan ialah pembaca terdorong menyepakati bahwa tampilan yang dihasilkan kurang sesuai dengan wajah influencer. Dengan demikian, komentar ini bekerja membangun opini bahwa gaya visual yang dipilih kurang tepat, sehingga hasil akhirnya dianggap tidak serasi.



Gambar 8. Screenshot Komentar D24

Berdasarkan analisis tersebut, perlokusi dalam komentar netizen tampak bekerja melalui pembentukan arah penilaian audiens. Komentar-komentar yang singkat ternyata mampu mendorong pembaca untuk menilai make-up terlalu tebal, meragukan keaslian aura, atau menganggap gaya visual yang ditampilkan kurang cocok. Dalam konteks ini, kolom komentar TikTok tidak hanya menjadi tempat menyampaikan pendapat pribadi, tetapi juga menjadi ruang yang membentuk opini kolektif terhadap figur yang dikomentari. Analisis perlokusi ini menunjukkan bahwa bahasa dalam media sosial memiliki daya pengaruh yang nyata terhadap persepsi publik.

Implikatur dalam Komentar Netizen

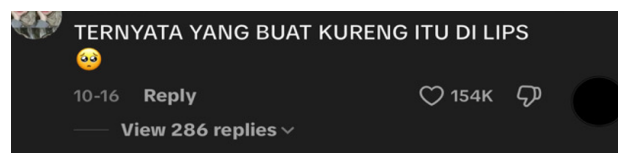
Analisis pragmatik tidak berhenti pada makna literal dan maksud tuturan, tetapi juga menelaah makna tersirat yang tidak dinyatakan secara langsung. Dalam kerangka Grice, implikatur muncul ketika makna yang dipahami pembaca tidak semata-mata berasal dari bentuk literal tuturan, melainkan dari konteks, ironi, pilihan kata, dan pengetahuan bersama yang menyertai ujaran tersebut. Dalam penelitian ini, implikatur yang dominan berkisar pada anggapan bahwa kecantikan influencer tidak autentik, make-up terlalu berlebihan, penampilan kurang cocok, hasil riasan tidak sepadan dengan ekspektasi, dan masalah estetika dianggap melekat pada subjek itu sendiri. Distribusi implikatur dominan dalam komentar netizen disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Implikatur Dominan dalam Komentar Netizen

No.	Efek Perlokusi Dominan	Kode Data	Jumlah
1	Kecantikan tidak alami/tidak autentik	D1, D3, D4, D11, D25, D27	6
2	Make-up terlalu berlebihan	D5, D6, D7, D14, D15, D17, D29, D30	8
3	Penampilan tidak sesuai/kurang cocok	D2, D8, D12, D16, D24, D28	6
4	Hasil tidak sepadan dengan ekspektasi/biaya	D9, D10, D18, D19, D23	5
5	Masalah dianggap terletak pada subjek, bukan hanya riasan	D13, D20, D21, D22, D26	5
Total			30

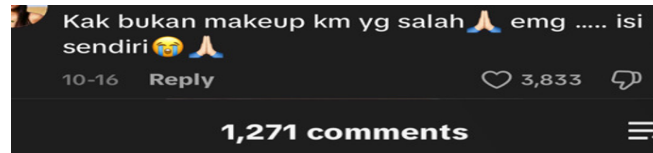
Berdasarkan Tabel 5, implikatur yang paling sering muncul ialah anggapan bahwa make-up influencer terlalu berlebihan. Di samping itu, cukup banyak komentar yang menyiratkan bahwa kecantikan influencer tidak autentik, penampilannya kurang cocok, dan persoalan estetika justru dianggap melekat pada subjek itu sendiri. Pola ini menunjukkan bahwa komentar netizen tidak hanya memuat penilaian yang tampak secara eksplisit, tetapi juga menghadirkan makna evaluatif yang lebih tajam melalui lapisan tersirat.

Data D16 berbunyi “*TERNYATA YANG BUAT KURENG ITU DI LIPS*”. Secara implikatur, komentar ini menyiratkan bahwa pemilihan warna atau bentuk lipstik dianggap tidak tepat dan menjadi penyebab utama tampilan dinilai kurang. Kritik tidak diarahkan pada keseluruhan penampilan, melainkan difokuskan pada satu elemen visual yang dianggap menentukan. Hal ini menunjukkan bahwa makna tersirat dalam komentar netizen dapat bekerja melalui penekanan pada detail tertentu.



Gambar 9. Screenshot Komentar D16

Data D22 berbunyi “*Kak bukan makeup km yg salah emg isi sendiri*”. Secara implikatur, komentar ini menyiratkan bahwa yang dianggap bermasalah bukan riasannya, melainkan wajah atau persona subjek. Makna tersirat tersebut membuat pembaca memahami bahwa kritik telah bergeser dari evaluasi make-up ke penilaian personal. Situasi ini memperlihatkan bahwa implikatur dalam komentar netizen dapat bekerja lebih tajam daripada bentuk literal tuturan, karena serangan terhadap subjek tidak diucapkan secara langsung, tetapi tetap dapat ditangkap dengan jelas oleh audiens.



Gambar 7. Screenshot Komentar D22

Berdasarkan analisis diatas, implikatur dalam komentar netizen memperlihatkan bahwa kritik estetika sering disampaikan secara tidak langsung, tetapi tetap kuat maknanya. Pembaca menangkap penilaian tersebut bukan hanya dari apa yang dikatakan, melainkan dari konteks dan asosiasi yang menyertai tuturan. Hal ini menunjukkan bahwa komentar di kolom TikTok membangun makna evaluatif yang lebih tajam daripada bentuk literalnya, terutama ketika kritik diarahkan pada kecocokan tampilan, keaslian kecantikan, atau bahkan pada subjek yang dikomentari.

Pembahasan

Ditinjau dari aspek lokusi, komentar netizen paling banyak bertumpu pada make-up, hasil visual, detail wajah, aura, dan kecocokan gaya. Dalam teori tindak tutur Austin, lokusi merupakan isi ujaran yang dinyatakan secara eksplisit. Pada penelitian ini, lapisan literal tersebut tidak hadir sebagai informasi yang netral, tetapi langsung mengarah pada unsur-unsur visual yang menjadi objek evaluasi. Temuan ini sejalan dengan Mutmainah et al. (2026) yang memperlihatkan bahwa komentar netizen di TikTok memuat informasi langsung mengenai objek yang dibicarakan sebelum berkembang menjadi fungsi komunikatif yang lebih kompleks. Temuan ini juga dapat dibandingkan dengan Arini et al. (2024) yang menegaskan bahwa lokusi berfungsi sebagai penyampai isi ujaran secara literal dalam media digital. Perbedaannya, lokusi dalam penelitian ini sejak awal sudah melekat pada penilaian estetika terhadap figur influencer, sehingga isi literal komentar tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi langsung menjadi pintu masuk evaluasi sosial terhadap penampilan.

Dalam ranah ilokusi, temuan utama penelitian ini adalah dominasi sindiran dan ejekan. Dalam kerangka Austin, ilokusi merujuk pada tindakan yang dilakukan penutur melalui ujarannya, sehingga bentuk literal yang tampak seperti pujian atau pernyataan biasa dapat memiliki maksud kritik, sindiran, atau ejekan. Pola ini sejalan dengan Rahmi et al. (2025) yang menemukan bahwa ironi dalam komentar terhadap figur publik bekerja sebagai medium kritik yang tidak langsung tetapi tetap menyerang, serta didukung oleh Harepa et al. (2026) yang menunjukkan dominasi ilokusi evaluatif dan konfrontatif dalam interaksi digital. Persamaannya terletak pada penggunaan bentuk tidak langsung untuk menyampaikan penilaian negatif, sedangkan perbedaannya ialah penelitian ini berfokus pada evaluasi estetika influencer. Hal ini menegaskan bahwa sindiran dan ejekan dalam komentar TikTok berfungsi sebagai strategi pragmatis untuk mengkritik secara halus, tetapi tetap mempertanyakan citra visual subjek.

Dalam tataran perlokusi, komentar netizen terutama bekerja melalui pembentukan opini negatif audiens, khususnya dengan mendorong pembaca menilai make-up terlalu tebal, meragukan keaslian aura, dan menganggap gaya visual kurang cocok. Dalam teori Austin, perlokusi merujuk pada efek yang ditimbulkan tuturan terhadap pihak lain. Karena itu, komentar di TikTok tidak berhenti sebagai ekspresi penilaian individual, tetapi ikut mengarahkan cara pembaca lain memandang figur yang dikomentari. Temuan ini berdekatan dengan Islamiah dan Ardhiyanti (2024) yang menunjukkan bahwa komentar media sosial dapat menjadi arena perang bahasa tempat opini kolektif dibentuk dan citra dilemahkan, serta sejalan dengan Amelia et al. (2026)

yang menunjukkan bahwa komentar netizen di TikTok dapat memuat perlokusi yang menimbulkan efek emosional pada pembaca. Temuan ini juga dekat dengan Eka Malinda dan Mulyati (2024) yang memperlihatkan bahwa satu bentuk tutur di TikTok dapat mengandung lebih dari satu fungsi bergantung pada konteks. Namun, pada penelitian ini efek dominan yang muncul bukan terutama simpati atau dukungan, melainkan pembentukan opini negatif terhadap estetika influencer.

Dari sisi implikatur, lapisan makna yang paling tajam justru muncul pada apa yang tidak diucapkan secara langsung. Dalam kerangka Grice, implikatur muncul ketika makna tidak dipahami semata-mata dari bentuk literal tuturan, tetapi dari konteks, ironi, pilihan kata, dan pengetahuan bersama yang menyertai ujaran. Temuan ini mendukung Putty et al. (2025) dan Munthe et al. (2025) yang menunjukkan bahwa komentar netizen memuat tekanan evaluatif yang lebih kuat daripada sekadar pendapat biasa. Temuan ini juga dapat dibandingkan dengan Lubis et al. (2025) yang menunjukkan bahwa implikatur dalam media sosial bekerja secara strategis untuk membangun citra dan memengaruhi opini publik. Perbedaannya, jika pada penelitian Lubis et al. implikatur muncul dalam ujaran publik figur untuk mengelola citra, maka pada penelitian ini implikatur muncul dalam komentar netizen untuk mengkritik, mempertanyakan, atau bahkan meruntuhkan citra tersebut. Dalam konteks yang sama, pergeseran dari kritik estetika menuju serangan personal juga tampak relevan dengan Safitri dan Sanubarianto (2025) serta Adqiyah et al. (2026), yang menunjukkan bahwa komentar digital dapat berkembang menjadi penghinaan, sarkasme, dan penilaian negatif terhadap subjek.

Secara lebih luas, hasil penelitian ini juga berkaitan dengan budaya bahasa digital generasi muda dan persoalan etika berbahasa di ruang digital. Malikha (2025) dan Rahmawati et al. (2023) menunjukkan bahwa komentar TikTok cenderung diwarnai ujaran sarkastik, ekspresi emosional, dan persoalan kesantunan, sedangkan Hutahaean et al. (2025), Lutpiana et al. (2025), Silfani et al. (2025) memperlihatkan bahwa bahasa digital Gen Z cenderung informal, singkat, kreatif, ekspresif, dan sarat muatan sosial. Pola tersebut tampak pula dalam penelitian ini: komentar netizen tidak hanya mendeskripsikan penampilan, tetapi juga menjalankan fungsi evaluatif yang tajam. Karena itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa komentar netizen terhadap estetika influencer merupakan praktik kebahasaan yang berlapis. Lokusi memetakan apa yang dibicarakan secara literal, ilokusi menunjukkan bagaimana kritik dijalankan, perlokusi memperlihatkan bagaimana opini pembaca dibentuk, dan implikatur menyingkap makna evaluatif yang bekerja paling kuat. Teori Austin membantu menjelaskan komentar sebagai tindakan tutur yang memiliki isi, maksud, dan efek, sedangkan Teori Grice membantu menjelaskan bagaimana makna komentar sering justru bekerja paling tajam pada lapisan makna yang tidak diucapkan secara langsung.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komentar netizen terhadap estetika influencer pada akun TikTok “Hi, ini chacu” (@chacuuuu) didominasi oleh tindak tutur ilokusi berupa sindiran dan ejekan. Dari aspek lokusi, komentar-komentar tersebut secara literal berpusat pada make-up, hasil visual, detail wajah, aura, dan kecocokan gaya. Dalam tataran perlokusi, komentar netizen cenderung membentuk opini negatif audiens, terutama dengan mendorong pembaca menilai make-up terlalu tebal, meragukan keaslian aura, dan menganggap gaya visual yang ditampilkan kurang cocok. Dari sisi implikatur, banyak komentar menyiratkan bahwa kecantikan influencer dianggap tidak autentik, berlebihan, kurang sesuai, atau bahkan bahwa persoalan utama terletak pada subjek itu sendiri.

Penelitian ini menunjukkan bahwa komentar di media sosial tidak hanya memuat penilaian literal terhadap penampilan, tetapi juga mengandung maksud tutur, efek tutur, dan makna tersirat yang bekerja secara bersamaan. Kajian pragmatik linguistik memperlihatkan bahwa kolom komentar TikTok merupakan ruang evaluasi sosial tempat bahasa digunakan untuk membangun penilaian estetika secara halus maupun agresif.

Temuan penelitian ini juga mengindikasikan bahwa komentar netizen di TikTok tidak dapat dilepaskan dari dinamika etika berbahasa di ruang digital. Kritik terhadap penampilan dapat dengan mudah bergeser menjadi penilaian yang merendahkan, serangan personal, bahkan bentuk penghinaan verbal. Karena itu, penguatan literasi digital dan kesadaran etis dalam berkomunikasi di media sosial menjadi penting agar evaluasi terhadap figur publik tidak berkembang menjadi ujaran kebencian, perundungan verbal, atau bentuk kekerasan simbolik lainnya.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan 30 komentar dari satu akun TikTok sebagai sumber data. Penelitian selanjutnya dapat memperluas korpus data, membandingkan beberapa akun influencer, atau menggabungkan analisis pragmatik dengan kajian kesantunan, sarkasme, ujaran kebencian, dan perundungan siber agar pemahaman terhadap komentar digital menjadi lebih komprehensif.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman Universitas Pattimura atas dukungan akademik dalam pengembangan kajian ini. Ucapan terima kasih secara khusus juga disampaikan kepada tim teaching mata kuliah Makrolinguistik atas diskusi akademik dan masukan konstruktif yang turut memperkaya penyusunan artikel ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Adqiyah, L., Riyanni, K., Mayasari, N., Juansah, D. E., & Firmansyah, D. (2026). Analisis Pragmatik Terhadap Ujaran Kebencian Dalam Komentar Netizen Pada Platform Tiktok Terkait Pemberitaan Gus Elham. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(2), 84–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/alz.v4i2.4242>
- Amelia, I., Syakila, N., Adisty, P. A., Simangunsong, T., Cibro, L. M., Siagian, A. U., & Puspitarini, H. (2026). Analisis Tindak Tutur Netizen Indonesia Terhadap Fenomena Monyet Punch di TikTok: Lokusi, Ilokusi, Perlokusi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 3(2), 522–532. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jmia.v3i2.9367>
- Angga, S., Poa, A. A., & Rikardus, F. (2023). Etika komunikasi netizen Indonesia di media sosial sebagai ruang demokrasi dalam telaah ruang publik Jürgen Habermas. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 384–393.
- Ardani Tangguh Waskito, Dea Suryaningtyas Mustika Hapsari, Elfara Desfiona, Serlys Kusumawati, Rania Riza Aulia, Asep Purwo Yudi Utomo, & Nurnaningsih Nurnaningsih. (2024). Analisis Tindak Tutur Lokusi dalam Siaran Langsung TikTok Anies Baswedan “Menyapa Masyarakat Lewat Media Sosial TikTok” Januari 2024. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(4 SE-Articles), 1–30. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i4.1165>
- Arini, N. D., Hanifatussakdiah, S. M. I., Natasha, R. A., Putri, S. A. M., & Rumilah, S. (2024). Tindak Tutur Lokusi pada Podcast PWK-Prilly Latuconsina sebagai Motivasi

- Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Buana Bastra: Bahasa, Susastra, Dan Pengajarannya*, 11(1), 29–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/bastra.vol11.no1.a9067>
- Astri, N. D. (2020). Analisis tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam cuitan atau meme di media sosial instagram. *Jurnal Bahasa Indonesia Prima (BIP)*, 2(2), 145–155.
- Austin, J. L. (1962). How to do things with words Oxford University Press. In London.
- Desi Sanjung Ayu Harepa, Andini Aulia, Kristiani Purba, Cindy Adelia, Santa Ulina, Sahputra Sihombing, M OKY Fardian Gafari, & Herning Puspitarini. (2026). Analisis Tindak Tutur Dalam Konflik Digital Seablings Dan Knetz: Kajian Pragmatik Berdasarkan Perspektif Austin. *Jurnal Bastra (Bahasa Dan Sastra)*, 11(2 SE-Articles), 840–848. <https://doi.org/10.36709/bastra.v11i2.2617>
- Eka Malinda, & Mulyati, Y. (2024). Daya Pragmatik Video Review Makan di Warung Madun Oseng Nyak Kopsah Lur pada Saluran Media Sosial Tiktok. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(1), 1177–1187. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i2.3260>
- Fadilla Safitri, & Intan Maharani. (2024). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Dalam Lirik Lagu “Bunda” Oleh Potret: Kajian Pragmatik. *Jurnal Vokatif: Pendidikan Bahasa, Kebahasaan, Dan Sastra*, 1(2 SE-Articles), 81–87. <https://doi.org/10.51574/vokatif.v1i2.1663>
- Fatika, S. N., & Azril, A. P. A. (2025). Pengaruh Visual Konten dan Komunikasi Persuasif Influencer Instagram@ sashfir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Kota Surakarta. *Jurnal Komunikasi Massa*, 18(2), 11–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/jkm.v18i2.115332>
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In *Speech acts* (pp. 41–58). Brill.
- Hermawan, D., & Gassing, S. S. (2023). Pengaruh komentar netizen terhadap citra diri dan reputasi sosial media pada akun instagram nathalie. *IKRA-ITH Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 242–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3>
- Hutahaean, R. D. M., Situmorang, P. P. R., & Sumbayak, M. N. (2025). Analisis Pragmatik Gaya Bahasa Gen Z Di Komentar Tiktok Influencer Mamari. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 297–305. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.39801>
- Islamiah, R. N., & Ardianti, M. (2024). Perang Bahasa dalam Komentar di Media Sosial: Kajian Pragmatik. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 8(2), 111–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/lf.v8i2.23337>
- Leech, G. N. (2016). *Principles of pragmatics*. Routledge.
- Lubis, Y. R., Agave, K. E. A., Sigab, R. E. S., Tambuna, S. P. N. T., & Simbolon, F. (2025). Analisis Tindak Tutur Dan Implikatur Pada Caption Instagram Publik Figur: Kajian Pragmatik di Media Sosial. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 5(4), 5257–5267.
- Lutpiana, N., Nahdi, K., & Irfan, M. (2025). Speech act dalam media sosial TikTok Gen Z Lombok Timur. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(03), 213–230. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jp.v10i03.33132>
- Maharani, A. T., & Utomo, A. P. Y. (2020). Analisis Tindak Tutur Lokusi Dalam Akun Twitter Fiersa Besari. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 6(1 SE-Article), 86–101. <https://doi.org/10.30595/mtf.v6i1.7819>
- Malikha, U. (2024). Penggunaan Bahasa Iklan di Media Sosial Aplikasi Tiktok: Analisis Pragmatik pada Iklan Pruduk Kecantikan Skintific. *Jurnal Tinta*, 6(2 SE-Articles), 195–208. <https://doi.org/10.35897/jurnaltinta.v6i2.1819>
- Malikha, U. (2025). Fenomena Perubahan Etika Berbahasa Remaja Dalam Komentar

- Tiktok: Analisis Pragmatik Kritis. *Klausa (Kajian Linguistik, Pembelajaran Bahasa, Dan Sastra)*, 9(2 SE-Articles).
<https://doi.org/https://doi.org/10.33479/klausa.v9i2.1334>
- Maryati, Y., & Ningsih, R. (2023). Tindak tutur ekspresif dalam akun TikTok@ShabiraAlula&Ayah. *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah*, 13(2), 868–882.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23969/literasi.v13i2.8839>
- Melani, M. V., & Yudi Utomo, A. P. (2022). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Akun Baksosapi.gapakemicin dalam Unggahan di Instagram (Suatu Analisis Pragmatik). *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2 SE-Articles), 250–259. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v3i2.3528>
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi (Ke 19)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Munthe, E. Y., Sari, D. P., Triaviranda, T., Samosir, J. S., Nasution, J., & Simbolon, F. (2025). Kajian Pragmatik Tindak Tutur Ekspresif Netizen pada Kolom Komentar Akun TikTok@ UyaKuyaTV. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 15(4), 524–532.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37630/jpb.v15i4.3531>
- Muthmainnah, I., Sari, N. N., Febriani, S., & Saleh, M. (2024). Analisis Pragmatik Fungsional: Tindak Tutur Siaran Langsung Jualan di Tiktok Berdasarkan Teori Austin. *JIMU:Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 3(02 SE-Artikel), 563–572.
<https://ojs.smkmerahputih.com/index.php/jimu/article/view/606>
- Nugrahani, F. (2018). *Penggunaan bahasa dalam media sosial: cermin pudarnya karakter bangsa*.
- Putty, A., Nurbayani, S., & Sartika, R. (2025). Ironi Sebagai Bentuk Perundungan Siber Pada Komentar Di Tiktok Terhadap Influencer Skincare. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 9(2 SE-), 192–204. <https://doi.org/10.38043/jids.v9i2.6818>
- Rahmawati, T., Maharani, H. N., Ramadhani, R. A., Aura, T., Shufaira, S., Yuniawan, T., & Neina, Q. A. (2023). Kesantunan Berbahasa Warganet Dalam Menanggapi Video Tiktok @Drrichardlee. *Jurnal Basataka (JBT)*, 6(2 SE-Articles), 357–368.
<https://doi.org/10.36277/basataka.v6i2.294>
- Rahmi, S. M., Sudirman, R., Pradani NR, A. S., Usman, S., Putri A, N. D., Sangaji, H. D. S., & Fitri, S. (2025). Analisis Tindak Tutur Sarkastik Pengguna Tiktok pada Kolom Komentar Video Roblox. *JIMU:Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 3(04 SE-Artikel).
<https://ojs.smkmerahputih.com/index.php/jimu/article/view/1627>
- Safitri, S., & Sanubarianto, S. T. (2025). Ujaran Kebencian Netizen terhadap Akun Instagram Nikita Mirzani Kajian Pragmatik. *Sawerigading*, 31(2), 484–493.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26499/sawer.v31i2.1320>
- Sari, D. T. P., Putra, G. R. I., Lukman, L., & Ginanjar, B. (2024). Tindak Tutur Bahasa Humor Pada Balasan Komentar Admin Akun Tiktok Pesona Indonesia (Sebuah Tinjauan Pragmatik). *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(1 SE-Articles), 131–140. <https://doi.org/10.31943/bi.v9i1.557>
- Septiana, M. H. E., Susrawan, I. N. A., & Sukanadi, N. L. (2020). Analisis tindak tutur lokusi, ilokusi, perlokusi pada dialog film 5cm karya Rizal Mantovani (sebuah tinjauan pragmatik). *JIPBSI (Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 1(1).
- Sihombing, C. I. G. (2024). Analisis Tindak Tutur Ilokusi pada Interaksi Penjual Pembeli Live Tiktok Kajian (Pragmatik Searle). *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 1(3), 321–328.
- Silfani, A., Bancin, I., Nasution, M. S., Harahap, S., Wuni, S. S., Sari, N., & Rosadi, M. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Di Kalangan

- Generasi Muda. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 429–432.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59435/menulis.v1i6.361>
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran komunikasi digital dalam pembentukan opini publik: Studi kasus media sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293–315.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Wijana, I. D. P. (1996). *Dasar-dasar pragmatik*. Andi Offset.