

STRATEGI TINDAK TUTUR DALAM KONTEN REVIEW GADGET PADA PLATFORM DIGITAL YOUTUBE

Muhammad Reval Aldino¹, Nabila², Indah Risti Dewi³

¹²³Universitas Islam Syekh Yusuf

2406030027@students.unis.ac.id¹, 2406030030@students.unis.ac.id², 2406030004@students.unis.ac.id³

Abstract: This study aims to identify and describe the speech act strategies employed by YouTube tech reviewers to influence viewers' perceptions and purchasing decisions. The research focuses on the classification of illocutionary acts—specifically assertive, directive, and expressive acts. A qualitative descriptive method with a pragmatic approach was utilized. Data were collected from thirteen gadget review videos randomly selected from ten Indonesian YouTube channels: *GadgetIn*, *Jagat review*, *Nerd reviews*, *Sobat HAPE*, *Putu Reza*, *Dhiarcom*, *K2Gadgets*, *Bestindotech*, *DK ID*, and *BangRipin*. Data collection employed the 'listen and note' method, while the pragmatic identity method was used for analysis. The results indicate that assertive speech acts are the most frequently used strategy to build viewer trust. Objective information is conveyed through expressive speech acts to create a positive impression and foster purchase recommendations. The study concludes that the effectiveness of persuasive content in tech reviews depends on the objectivity of the information, evaluations, and advice provided to the audience.

Keywords: Speech Acts; Review Content; Gadgets; YouTube

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi tindak tutur yang digunakan oleh pengulas teknologi (tech reviewer) di Youtube untuk mempengaruhi persepsi audiens dan keputusan pembelian mereka. Fokus penelitian meliputi klasifikasi tindak tutur ilokusi, yaitu asertif, direktif, dan ekspresif. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik. Data dikumpulkan dari 13 belas video ulasan gawai yang dipilih secara acak dari 10 kanal Youtube Indonesia: *GadgetIn*, *Jagat review*, *Nerd reviews*, *Sobat HAPE*, *Putu Reza*, *Dhiarcom*, *K2Gadgets*, *Bestindotech*, *DK ID*, dan *BangRipin*. Metode simak dan catat digunakan untuk pengumpulan data, metode padan pragmatik digunakan untuk analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur asertif adalah cara yang paling sering digunakan untuk menumbuhkan kepercayaan penonton. Informasi yang objektif disampaikan dengan tindak tutur yang ekspresif untuk menciptakan kesan positif dan rekomendasi pembelian. Menurut penelitian ini, efektivitas persuasi konten ulasan teknologi bergantung pada seberapa objektif informasi, evaluasi, dan saran yang diberikan kepada audiens.

Kata kunci: Tindak Tutur; Konten Review; Gadget; Youtube

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses fundamental berupa pertukaran ide, gagasan, dan informasi antarindividu dalam kehidupan sosial. Mulyadi (2022) menegaskan bahwa interaksi ini mutlak membutuhkan sarana utama berupa bahasa. Bahasa tidak sekadar menjadi instrumen penyampai pesan, melainkan sarana ekspresi untuk mengartikulasikan keinginan dan emosi agar dapat dipahami secara presisi oleh mitra tutur (Ayodya, 2023). Dalam praktiknya, efektivitas komunikasi tidak hanya dinilai dari tersampainya sebuah informasi, tetapi juga dari etika dan strategi penyampaiannya. Proses menyampaikan maksud melalui medium bahasa yang terikat oleh norma dan konteks sosial inilah yang dalam kajian linguistik dikenal sebagai tindak tutur (Hadi, 2023; Khotimah et al., 2026; Paundrianagari & Arifin, 2025).

Kajian mendalam mengenai tindak tutur (*speech acts*) berada di bawah payung ilmu pragmatik, di mana ujaran manusia tidak dimaknai sebatas teks harfiah, melainkan dipandang sebagai sebuah 'tindakan' (Milantina et al., 2025; Kurniavid et al., 2024; Sari et al., 2022). Berdasarkan parameter teoretis yang dicetuskan oleh John R. Searle, tindak tutur ilokusi terbagi menjadi beberapa klasifikasi utama yang berfungsi sebagai alat persuasi. Klasifikasi tersebut meliputi tindak tutur asertif yang berfungsi memaparkan kebenaran atau fakta, tindak tutur direktif yang bertujuan mempengaruhi mitra tutur untuk melakukan suatu tindakan, serta tindak tutur ekspresif yang digunakan untuk merefleksikan emosi atau evaluasi psikologis penutur terhadap suatu objek.

Seiring dengan pesatnya transformasi teknologi, strategi tindak tutur ini berekspansi secara masif ke ruang digital dan mempengaruhi lanskap bisnis modern. Era digital telah mengubah secara radikal perilaku konsumen dalam mencari informasi dan bersosialisasi. Berbagai industri, khususnya sektor teknologi komunikasi seperti *smartphone*, kini berada dalam arena persaingan

yang sangat kompetitif dengan tingkat peluncuran produk yang masif (Hadi, 2023). Untuk memenangkan persaingan ini, perusahaan tidak lagi hanya mengandalkan pemasaran konvensional, melainkan beralih pada platform video seperti YouTube. Penerapan strategi pemasaran digital di YouTube terbukti secara signifikan mampu membangun kesadaran merek (*brand awareness*), meningkatkan reputasi, dan menstimulasi niat beli konsumen (Balasubramanian et al., 2023).

Meskipun demikian, audiens modern saat ini cenderung bersikap skeptis terhadap iklan komersial yang diproduksi langsung oleh perusahaan. Kehadiran internet telah menggeser kepercayaan publik menuju ulasan independen berbasis konten buatan pengguna (*user generated content*). Dalam dunia digital ini, konten ulasan (*review*) diakui sebagai salah satu metode persuasi pemasaran yang paling ampuh. Fenomena ini melahirkan profesi *tech reviewer* yang memiliki peran krusial sebagai pembentuk opini publik (*opinion leader*). Kepiawaian seorang pengulas dalam mendayagunakan tindak tutur baik saat menjelaskan spesifikasi, memuji kelebihan, maupun mengkritik kekurangan produk menjadi kunci utama dalam membangun kredibilitas dan meyakinkan jutaan penonton sebelum mereka melakukan transaksi pembelian.

Dalam ekosistem peninjau teknologi di Indonesia, terdapat variasi strategi komunikasi yang sangat kaya. Terdapat sepuluh representasi kanal YouTube raksasa yang saat ini memegang otoritas informasi terbesar, yakni *GadgetIn*, *Jagat review*, *Nerd reviews*, *Sobat HAPE*, *Putu Reza*, *Dhiarcom*, *K2Gadgets*, *Bestindotech*, *DK ID*, dan *BangRipin*. Masing-masing kanal memiliki persona linguistik yang unik; misalnya, *GadgetIn* mendominasi melalui pendekatan kasual yang memadukan asertivitas teknis dengan transparansi emosional, *Jagat review* memposisikan diri sebagai rujukan kaku berbasis data empiris, sementara *Nerd reviews* menawarkan pendekatan kritis dan sinematik. Keberagaman gaya bertutur dari kesepuluh entitas

ini menciptakan spektrum strategi persuasi yang sangat relevan untuk dibedah.

Kajian pragmatik terhadap fenomena tindak tutur di platform YouTube telah banyak diinvestigasi oleh peneliti terdahulu. Penelitian Yanti et al. (2023) menemukan bahwa asertivitas menjadi instrumen dominan pada ulasan David GadgetIn untuk memvalidasi fakta perangkat keras. Kekuatan tindak tutur asertif dan direktif dalam membentuk citra pakar yang kredibel juga dikonfirmasi oleh kajian Muthoharoh et al. (2024) serta Astri et al. (2025). Di sisi lain, temuan Rifdiana (2024) membuktikan bahwa tuturan ekspresif memegang peranan krusial dalam menciptakan ikatan emosional dan loyalitas penonton.

Meskipun literatur terdahulu telah mengupas fungsi tindak tutur, kajian tersebut umumnya masih berfokus pada subjek tunggal (studi kasus satu kanal). Penelitian komparatif yang membenturkan gaya bahasa dari berbagai *reviewer* teknologi masih sangat minim. Oleh karena itu, penelitian ini tidak lagi hanya berfokus pada satu kanal, melainkan menginvestigasi 'Strategi Tindak Tutur dalam Konten Ulasan *Gadget* di Platform YouTube' melalui studi komparatif pada sepuluh kanal teknologi terkemuka di Indonesia. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi klasifikasi tindak tutur ilokusi, mengurai fungsi pragmatisnya, serta mendeskripsikan secara komprehensif efektivitas strategi bahasa yang diterapkan oleh para kreator tersebut dalam membentuk kepercayaan dan mempengaruhi keputusan finansial konsumen di era digital.

METODE

Pendekatan kajian yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2022:214) 'pendekatan kualitatif adalah kajian yang dilakukan untuk mengeksplorasi keadaan objek alami, di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen utama.' Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Endraswara

20(17) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif ialah kajian yang menyajikan data dalam wujud kata-kata, frasa, serta paragraf dan bukan dalam format angka. Penelitian deskriptif adalah sebuah pendekatan yang menjelaskan fakta-fakta kemudian dihubungkan dengan proses analisis. Dalam penelitian ini, dijelaskan tentang tindak tutur asertif dan strategi tindak tutur dalam konten *review* gadget pada platform youtube.

Kajian difokuskan pada pengklasifikasian tindak tutur ilokusi khususnya asertif, direktif, dan ekspresif berdasarkan parameter teoretis John R. Searle. Metode kualitatif secara spesifik dipilih karena objek material kajian ini berupa tuturan bahasa alami manusia dalam ruang digital yang membutuhkan interpretasi mendalam terkait strategi persuasi kreator tanpa terikat pada pengukuran angka. Analisis bahasa ini sangat relevan untuk membedah bagaimana komunikasi membentuk opini dan mempengaruhi perilaku konsumen dalam ekosistem bisnis digital.

Korpus data primer dalam penelitian ini bersumber dari 13 tayangan video ulasan gawai di platform YouTube. Penarikan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling* terhadap sepuluh kanal teknologi representatif di Indonesia, yaitu: *GadgetIn*, *Jagat review*, *Nerd reviews*, *Sobat HAPE*, *Putu Reza*, *Dhiarcom*, *K2Gadgets*, *Bestindotech*, *DK ID*, dan *BangRipin*. Kriteria inklusi yang ditetapkan mencakup: video berupa ulasan produk terbaru, komparasi (*head to head*), atau panduan rekomendasi pembelian yang memiliki tingkat interaksi audiens (*engagement*) yang tinggi agar tetap relevan dengan tren teknologi serta dinamika komunikasi digital saat ini.

Proses pengumpulan data dilakukan menggunakan metode simak dan teknik catat. Peneliti menyimak tayangan video dari kesepuluh kanal YouTube tersebut, kemudian mencatat dan mentranskripsikan tuturan kreator ke dalam bentuk teks untuk direduksi (dipilah) sesuai dengan batasan masalah penelitian. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode padan

pragmatis. Tahapan analisis dilakukan dengan cara mengidentifikasi data tuturan, mengklasifikasikan jenis tindak tutur ilokusi berdasarkan teori John R. Searle, serta menginterpretasikan maknanya. Hasil analisis dari kesepuluh kanal tersebut kemudian disintesis untuk ditarik kesimpulan mengenai strategi tindak tutur persuasif yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis yang dilakukan terhadap tiga belas video *review* perangkat keras dari sepuluh kanal YouTube menunjukkan bahwa para *reviewer* menggunakan berbagai pendekatan tindak tutur untuk menyampaikan informasi dan juga mempengaruhi bagaimana penonton melihat produk yang diulas. Jenis tindak tutur yang paling umum adalah asertif. Jenis tindak tutur yang paling sering digunakan adalah direktif dan ekspresif. Sementara itu, tindak tutur komisi hanya ada di *K2Gadgets*.

Strategi Tindak Tutur pada Kanal *GadgetIn*

Hasil analisis menunjukkan bahwa kanal *GadgetIn* didominasi oleh tindak tutur asertif dan instruktif. Dengan mengucapkan kalimat seperti 'Menurut saya performanya cukup kencang', 'Desainnya terlihat menarik dan modern', dan 'Baterainya juga awet dipakai sehari-hari,' David menunjukkan tindak tutur asertif saat berkomentar tentang kinerja smartphone, desain, kamera, dan daya tahan baterai. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa *reviewer* membangun kepercayaan audiens dengan menyampaikan hasil pengamatan dan pengalaman penggunaan produk. Selain itu, pernyataan seperti 'Smartphone ini cocok untuk penggunaan harian' dan 'HP ini cocok untuk pengguna yang mencari performa seimbang' menunjukkan tindak tutur direktif. Kalimat ini berfungsi untuk memberikan saran kepada calon pembeli tentang produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, meskipun disampaikan secara tidak langsung.

Strategi Tindak Tutur di Kanal *Jagat Review*

Penggunaan tindak tutur asertif, ekspresif, dan direktif ditemukan di kanal *Jagat review*. Kalimat 'Performanya tentunya lebih kencang dari pendahulunya' dan 'Mau editing video 4K60 enteng' menunjukkan tindak tutur asertif yang menunjukkan penyampaian informasi yang didasarkan pada hasil pengujian produk.

'Nah, ini mantap nih' dan 'Ini layar laptop atau HP terang banget ini ya' adalah contoh tindak tutur ekspresif. Ungkapan tersebut menunjukkan kekaguman *reviewer* terhadap kualitas produk, yang membuat penonton memiliki kesan positif. Sementara itu, kalimat 'Langsung saja kita mulai pembahasan Infinix GT50 Pro ya' dan 'Jangan sengaja dicemplungin dalam air atau diajak mandi-mandi gitu' mewakili tindak tutur instruktif. Kalimat tersebut memberi tahu audiens apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak harus dilakukan saat menggunakan produk..

Strategi Tindak Tutur pada Kanal *Nerd Reviews* (Michael)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa channel *Nerd reviews* menggunakan tindak tutur yang asertif dan ekspresif. Pernyataan seperti 'Menurut saya performanya cukup cepat', 'Kamera utamanya hasilnya cukup bagus,' dan 'HP ini cocok untuk penggunaan sehari-hari' menunjukkan tindak tutur asertif. Tuturan tersebut menyampaikan hasil evaluasi *reviewer* terhadap produk yang diuji, tetapi penilaian, 'Desainnya terlihat modern dan elegan', menunjukkan tindak tutur yang ekspresif. Kalimat tersebut menunjukkan apresiasi *reviewer* terhadap tampilan produk, yang dapat menciptakan persepsi positif tentang produk.

Strategi Tindak Tutur pada Kanal *Sobat Hape*

Digunakan tindak tutur asertif, ekspresif, dan direktif. Penjelasan tentang performa, desain, layar, dan kamera menunjukkan tindak tutur asertif, seperti 'Menurut saya performanya cukup stabil'

dan 'Hasil kameranya cukup memuaskan.' Ketika *reviewer* memberikan penilaian terhadap desain dan kenyamanan penggunaan layar, tindak tutur ekspresif muncul. Sementara itu, kalimat 'Kali ini kita akan *review* smartphone terbaru' menunjukkan tindak tutur direktif, mengarahkan diskusi dan mengimbau audiens untuk menonton video hingga selesai.

Strategi Tindak Tutur pada Kanal Putu Reza

Dua jenis tindak tutur ditemukan di kanalnya: asertif dan direktif. Dalam menjelaskan informasi produk, *reviewer* menggunakan tindak tutur asertif, seperti 'Tablet ini merupakan versi baru dari Mepad 12X yang diluncurkan tahun lalu' dan 'Maka aksesoris sama aplikasi produktivitasnya tetap yang terbaik.' Sebaliknya, kalimat seperti 'Langsung saja kita bahas si Huawei MPAD 12X 2026 yang baru ini', 'Silakan dikomenin saja', dan 'Pantengin terus nanti di sosial media Huawei Indonesia' Tujuan dari presentasi ini adalah untuk mendorong audiens untuk berinteraksi dan mengikuti informasi lebih lanjut tentang produk.

Strategi Tindak Tutur pada Kanal Dhiarcom

Tindak tutur asertif dan instruktif digunakan di kanal Dhiarcom. Komentar seperti 'Akhirnya Huawei Mate series kembali' dan 'Saya masih punya Huawei Mate 40 Pro yang sampai sekarang masih enak dipakai' menunjukkan tindak tutur asertif, sementara komentar seperti 'Kalian lihat sendiri ya perbandingan foto dari Huawei Mate 80 Pro dengan pesaing-pesaingnya', 'Coba deh komen ya,' dan 'Siapin aja budgetnya' menunjukkan tindak tutur direktif. Dalam ucapan tersebut, audiens didorong untuk melakukan hal-hal tertentu, seperti membandingkan kualitas produk dan mempersiapkan diri untuk membeli produk tersebut jika mereka tertarik untuk membeli.

Strategi Tindak Tutur pada Kanal K2Gadgets

Jenis tindak tutur yang paling beragam ditemukan di kanal K2Gadgets, termasuk asertif, ekspresif, direktif, dan komisif. Pernyataan,

Faktanya adalah iPhone ini adalah sebuah iPhone yang overpriced,' menunjukkan tindak tutur asertif, karena penilai menyampaikan pendapatnya berdasarkan pengalamannya menggunakan produk tersebut.

Jangan beli kalau smartphone ini jadi satu-satunya smartphone kalian' memiliki tindak tutur instruktif, dan ungkapan 'Jujur dengan SOT seperti ini rasa deg-degan bahwa baterai akan habis itu selalu ada' menunjukkan tindak tutur ekspresif. Untuk mendorong konsumen untuk mempertimbangkan pembelian sesuai kebutuhan, penilai memberikan saran secara langsung kepada mereka. Selain itu, kalimat, 'Gue pengen share experience gue dengan kalian,' menunjukkan tindak tutur komisif. Tuturan tersebut menunjukkan komitmen *reviewer* untuk memberi tahu penonton tentang pengalaman penggunaan produk dengan benar.

Strategi Tindak Tutur pada Kanal Bestindotech

Channel Bestindotech memiliki tindak tutur yang asertif dan ekspresif. Untuk menjelaskan kemampuan dan pengalaman pengguna tablet Huawei, *reviewer* menggunakan tindak tutur asertif. Ungkapan seperti 'Tablet-tabletnya Huawei ini lagi akhir-akhir ini seru banget ya' dan 'Feelingnya emang premium sih menurut saya' menunjukkan tindak tutur ekspresif. Tuturan tersebut menunjukkan rasa kagum *reviewer* terhadap kualitas produk, sehingga minat audiens dapat meningkat.

Strategi Tindak Tutur pada Kanal DK ID

Seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian, DK ID menggunakan tindak tutur asertif, ekspresif, dan arahan. Penjelasan tentang kondisi laptop setelah digunakan dalam jangka waktu tertentu menunjukkan tindak tutur asertif, seperti 'Laptop ini juga masih aman sampai sekarang' dan 'Performanya juga konsisten.' Sementara itu, kalimat 'Biar kita saja yang tes, biar kita saja yang

rugi' menunjukkan tindak tutur direktif. Kalimat tersebut bertujuan untuk meyakinkan pelanggan bahwa mereka tidak perlu mencoba produk tanpa mengetahui hasil pengujiannya terlebih dahulu.

Strategi Tindak Tutur pada Kanal *BangRipiu*

Digunakan tindak tutur asertif, ekspresif, dan direktif. Ketika *reviewer* memberikan penjelasan tentang kualitas produk, seperti 'Build quality solid' dan penjelasan tentang fitur konversi tulisan tangan menjadi teks, terlihat tindak tutur asertif. 'Yang aku demen adalah aplikasi Note...' adalah contoh tindak tutur ekspresif yang menunjukkan rasa suka terhadap salah satu fitur produk. 'Jangan dipakai sebagai sarana untuk curang' dan 'Aku rekomendasiin untuk sekalian dibeli ya' menunjukkan tindak tutur direktif. Kalimat tersebut memberikan petunjuk sekaligus saran kepada pengguna untuk menggunakan produk dengan hati-hati.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua *reviewer* perangkat di YouTube menggunakan tindak tutur asertif sebagai metode komunikasi yang paling umum. Ini karena tujuan utama konten *review* adalah memberikan informasi, hasil pengujian, dan pengalaman penggunaan produk secara objektif kepada audiens. Tindakan tutur yang asertif digunakan oleh penulis ulasan untuk meningkatkan kepercayaan penonton terhadap isi ulasan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap tiga belas tayangan video dari sepuluh kanal YouTube *tech reviewer* terkemuka di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa para kreator konten mendayagunakan variasi strategi tindak tutur ilokusi untuk mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian audiens. Tindak tutur asertif diidentifikasi sebagai strategi komunikasi yang paling dominan dan konsisten digunakan oleh seluruh pengulas gawai. Penggunaan asertivitas ini memegang fungsi krusial untuk menyampaikan informasi, menguraikan hasil pengujian, dan memaparkan

pengalaman penggunaan secara objektif, yang pada akhirnya menjadi pondasi utama dalam membangun kepercayaan (*trust*) penonton terhadap kredibilitas ulasan tersebut.

Selain tindak tutur asertif, para pengulas juga secara intensif mengkombinasikannya dengan tindak tutur direktif dan ekspresif guna memperkuat daya persuasi. Tindak tutur ekspresif efektif digunakan untuk merefleksikan emosi penonton seperti apresiasi terhadap estetika desain atau kekaguman pada performa sehingga mampu membentuk kesan positif dan ikatan psikologis dengan penonton. Sementara itu, tindak tutur direktif berfungsi untuk memberikan rekomendasi pembelian yang relevan dengan kebutuhan, mengarahkan interaksi audiens, hingga mencegah penonton melakukan pembelian yang tidak tepat. Temuan spesifik juga memperlihatkan kemunculan tindak tutur komisif, khusus pada kanal K2 Gadgets, yang berperan untuk menegaskan komitmen kreator dalam menyajikan ulasan yang jujur.

Secara keseluruhan, keberhasilan strategi komunikasi pemasaran pada platform digital sangat bergantung pada kepiawaian kreator dalam meracik objektivitas data (asertif), keterlibatan emosional (ekspresif), serta ketepatan arahan (direktif). Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mengkaji korelasi langsung antara dominasi tindak tutur spesifik kreator dengan tingkat konversi penjualan aktual, atau memperluas cakupan objek kajian pada platform distribusi konten video pendek yang memiliki durasi dan dinamika komunikasi yang lebih singkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, T. B., Rosidin, O., & Riansi, E. S. 2026. Kesantunan Berbahasa Tuturan Rocky Gerung dalam YouTube Bertema Pilpres Edisi Februari 2024. *Asas: Jurnal Sastra*, 15(1), 1–21. <https://doi.org/10.24114/ajs.v15i1.72635>

- 'Aini, N. S. Q., et al. 2023. Analisis Tindak Tutur Representatif pada Channel YouTube Eddy Susianto tentang Metode Deep Learning. *Book Chapter Bahasa, Sastra dan Budaya*, 1, pp. 295–332. Universitas Negeri Semarang. <https://doi.org/10.15294/bsb.v1i1.554>
- Alfarizi, M. A., Azizah, H. R. N., Putri, S. A., Linawati, A., & Utomo, A. P. Y. 2023. Analisis Tindak Tutur Representatif pada Daftar Putar 'MKU Bahasa Indonesia' dalam Kanal Rahmat Petuguran. *Pena Literasi: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(1), 14–23. <https://doi.org/10.31943/penaliterasi.v6i1>
- Astri, N. D., Simangunsong, A. B., & Panjaitan, I. P. 2025. Analisis Tindak Tutur Ilokusi pada Podcast Deddy Corbuzier dengan Prabowo Subianto di Sosial Media Youtube: Kajian Pragmatik. *Kode: Jurnal Bahasa*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.24114/kjb.v13i1.65885>
- Cahyo, A. A. R., Suhartono, & Yuniseffendri. 2024. Tindak Tutur Asertif dan Ekspresif dalam Gelar Wicara di YouTube Gita Wirjawan dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 7(2), 241–256. <http://dx.doi.org/10.30998/diskursus.v7i2.23603>
- Cindyawati, A. C., & Yulianto, A. 2022. Tindak Tutur Ilokusi Asertif pada Kanal YouTube Deny Sumargo Berjudul 'Ridwan Kamil: Dikritik Susah, Dikasih Ide gak Mau Dengar!'. *Bapala*, 9(4), 151–159. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala>
- Faishal, N. M., & Saifudin, A. 2024. Assertive Speech Acts in the YouTube Podcast 'Video How Japanese People Express our Emotions with Ryoma'. *Japanese Research on Linguistics, Literature, and Culture*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.33633/jrllc.v7i1.10986>
- Idmania, D., et al. 2025. Analisis Tindak Tutur Lokusi dalam Video Pembelajaran Bahasa Indonesia pada kanal YouTube Arisa Nur Aini. *Blaze: Jurnal Bahasa dan Sastra dalam Pendidikan Linguistik dan Pengembangan*, 3(1), 255–281. <https://doi.org/10.59841/blaze.v3i1.2>
- Khotimah, A. M. H., & Utomo, A. P. Y. 2026. Tindak Tutur Asertif dalam Kanal Youtube Maudy Ayunda Edisi Booklist. *Jurnal Motivasi Pendidikan dan Bahasa*, 4(1), 64–72. <https://doi.org/10.59581/jmpb-widyakarya.v4i1.6076>
- Midani, A. 2022. Analisi Tindak Tutur Ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Channel Youtube Audio Dakwah. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 6(1), 53–58. https://doi.org/10.31004/j_pdk.v6i1.3566
- Muthoharoh, N., Asropah, & Setyawati, N. 2024. Tindak tutur asertif dalam podcast bersama Sherly Annavita pada kanal Youtube Inilahcom. *Perspektif: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Bahasa*, 2(3), 214–228. <https://doi.org/10.59059/perspektif.v2i3.1528>
- Nurliya, S., Wahidy, A., & Puspita, Y. 2025. Tindak Tutur Program Podcast Warung Kopi dalam Channel Youtube HAS Creative: Kajian Pragmatik. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 168–192. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.39936>
- Oktapiantama, H., Al-Fahad, M. F., & Utomo, A. P. Y. 2023. Tindak Tutur Direktif dalam Konten Horor di Kanal Youtube Sara Wijayanto: Diary Mistery Sara (DMS). *Bahtera Indonesia: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(2), 1613–1625. <https://doi.org/10.29240/estetik.v3i2.1613>
- Rahmasari, L., & Utomo, A. P. Y. 2021. Analisis tindak tutur ilokusi pada vlog Jangan Lupa Senyum Part 1 di kanal Youtube Fiersa Besari. *Estetik: Jurnal Bahasa Indonesia*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.29240/estetik.v4i1.1512>
- Rifdiana, R., & Yohanes, B. 2024. Tuturan Ekspresif dalam Kanal YouTube Kimbab Family: Kajian Pragmatik. *Bapala*, 11(2),

- 51–64. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala>
- Rini, D. P., et al. 2024. Analisis Tindak Tutur Ekspresif dan Direktif dalam Video Debat Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas X pada Channel Youtube Guru Gokil Kita. *Pragmatik: Jurnal Rumpun Ilmu Bahasa dan Pendidikan*, 2(2), 19–32. <https://doi.org/10.61132/pragmatik.v2i2.397>
- Yanti, D. N., Triyadi, S., & Pratiwi, W. D. 2023. Tindak Tutur Asertif dalam video David Brendi di Kanal Youtube Gadgetin. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 11(1), 15–19. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i1.4240>
- Khotimah, F., Arifin, A., Dhamina, S. I., Ardita, R., & Ristiana, R. 2026. Speech acts in Ariana Grande's song We Can't be Friends. *Journal of English Language Learning (JELL)*, 10(1), 178-187. <https://doi.org/10.31949/jell.v10i1.19245>
- Paundrianagari, K. D., & Arifin, A. 2025. Speech Act in the Song Fateh by Vanguard and Doyz as a Medium of Social Criticism. *Journal of English Language Learning (JELL)*, 9(2), 227-236. <https://doi.org/10.31949/jell.v9i2.16597>
- Milantina, Y., Arifin, A., & Rois, S. 2025. Speech Act Analysis of the Song Lyric Don't Smile by Sabrina Carpenter. *Journal of English Language Learning (JELL)*, 9(1), 780-786. <https://doi.org/10.31949/jell.v9i1.13680>
- Sari, F. D. N., Wardiani, R., & Setiawan, H. 2022. Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Talkshow Tonight Show (Maret 2021). *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 9(2), 98-105. <https://jurnal.stkipgriponorogo.ac.id/index.php/JBS>
- Kurniavid, T. D., Novitasari, L., & Purnama, A. P. S. 2024. Tindak Tutur Perlokusi Representatif dalam Acara “Lapor, Pak!” Trans 7. *Leksis: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(2), 47-53. <https://doi.org/10.60155/leksis.v4i1.395>