Copyright © the author(s)

Integrasi Tindak Tutur Ekspresif Pembeli Pada Ulasan Produk Parfum *Scarlett* di Platform *TikTok Shop* : Suatu Kajian Pragmatik

Muhammad Ali Hakim[1], Ratna Lolane Sianipar[2], Jesicha Naingggolan[3], Jesica Simanjorang[4], Erfanintiya Siringoringo[5], Ferdinand Simbolon[6]

[1-6]Universitas Negeri Medan, Indonesia

Penulis Korespondensi:
Muhammad Ali Hakim
aliakim962@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tindak tutur ekspresif pembeli dalam ulasan produk parfum Scarlett di platform TikTok Shop dengan kajian pragmatik. Fokus penelitian diarahkan pada bentuk tindak tutur ekspresif berupa ucapan terima kasih, permintaan maaf, dan ungkapan penyesalan yang dituturkan pembeli setelah melakukan transaksi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik dokumentasi, yaitu mengumpulkan data dari komentar atau ulasan pembeli pada toko resmi Scarlett Whitening di TikTok Shop. Data dianalisis melalui reduksi, klasifikasi sesuai kategori tindak tutur, penyajian, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan positif berupa ucapan terima kasih berfungsi memperkuat kepercayaan dan mendorong minat calon pembeli. Sementara itu, tindak tutur ekspresif berupa permintaan maaf dan penyesalan mencerminkan bentuk kritik maupun keluhan yang dapat dijadikan evaluasi bagi penjual dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan. Oleh karena itu, tindak tutur ekspresif pada ulasan pembeli tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga berperan sebagai media evaluatif yang memengaruhi citra toko dan keputusan calon pembeli di platform belanja daring/ online.

Kata Kunci: : Pragmatik, Tindak Tutur Ekspresif, Ulasan Pembeli, TikTok Shop, Parfum Scarlett.

Pendahuluan

Bahasa memiliki peranan penting bagi manusia ketika melakukan interaksi dengan sesamanya. Bahasa digunakan oleh manusia ketika berkomunikasi untuk me nyampaikan pesan atau maksud yang ingin disampaikan kepada lawan bicara agar tidak terjadi suatu kesalahpahaman. Hal ini sejalan dengan Kridalaksana (dalam Devi, R. P. I., & Utomo, A. P. 2021) yang mengungkapkan bahwa bahasa ada lah sistem lambang bunyi yang arbitrer di gunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerjasama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Dalam penggunaan bahasa, manusia dapat menghasilkan bahasa tulis maupun bahasa lisan yang di sesuaikan dengan kondisi dan situasi ter tentu. Bahasa lisan yang digunakan yakni berupa tuturan atau ucapan secara lang sung. Melalui tuturan tersebut maksud atau gagasan yang ingin diutarakan akan dapat tercapai dan dimengerti oleh lawan bicara.

Tindakan yang dilakukan dalam tuturan disebut dengan tindak tutur. Tindak tutur merupakan salah satu kajian pragmatik. Pragmatik adalah cabang ilmu yang memusatkan perhatian pada pemahaman suatu teori tertentu dengan memperhatikan tuturan yang diujarrkan penutur terhadap lawan tutur. Menurut Leech (dalam Masruri,

A., dkk. 2023) berpendapat bahwa makna pragmatik memiliki hubungan dengan situasi di mana terjadinya terjadinya sebuah tuturan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pragmatik merupakan cabang teori linguistik yang mengkaji bagaimana orang menggunakan bahasa dalam konteks dengan tujuan mengungkapkan makna dan konteks.

Dalam hal ini, istilah tindak tutur muncul ketika seorang penutur mengucapkan sesuatu tidak hanya semata mata menyatakan tuturan, tetapi mengandung sebuah maksud di balik tuturan yang diucapkan. Tindak tutur dan komunikasi adalah dua hal yang merupakan satu kesatuan sebab dalam kegiatan komunikasi selalu ada penuturan yang disebut dengan tindak tutur. Dalam komunikasi sehari-hari tindak tutur bisa ditemukan, yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan memberitakan suatu hal. Menurut Putrayasa (dalam Astika, I, dkk. 2021), tindak tutur adalah kegiatan seorang penutur menggunakan bahasa kepada mitra tutur dalam rangka mengomunikasikan sesuatu. Adapun Hardiati (dalam Maryati, Y., & Ningsih, R. 2023) menyatakan bahwa tindak tutur merupakan analisis pragmatik yakni sebuah cabang ilmu bahasa yang meneliti bahasa dari segi penggunaan aktual. Berdasarkan pengertian diatas, tindak tutur dapat diartikan sebagai tindak dalam pengucapan serta pengajaran suatu hal dan untuk menyampaikan informasi dan mengungkapkan sebuah tindakan.
Tindak dalam tutur merupakan bagian dari aktivitas kebahasaan yang digunakan untuk menyampaikan sesuatu. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa tindak tutur berperan penting dalam proses dan peristiwa komunikasi. Menurut Andriarsih, L., & Budiasih, K. (2020) menyatakan bahwa terdapat beberapa jenis tindak tutur ilokusi seperti asertif, direktif, ekpresif, komisif, dan isbati beserta fungsi pragmatisnya. Salah satu jenis dari tindak tutur, yaitu tindak tutur ekspresif.

Adapun pengertian tindak tutur ekspresif. Menurut Saputri (2022) menyatakan bahwa tindak tutur ekspresif dapat diartikan sebagai tindak tutur untuk mengungkapkan keadaan tutur untuk mengungkapkan psikologis penutur dan menyangkut perasaan dan sikap, serta berfungsi untuk mengekspresikan dan mengungkapkan sikap psikologis penutur terhadap lawan tutur. Dalam tindak tutur ekspresif yaitu berupa tindak tutur mengucapkan terima kasih, tuturan mengucapkan maaf, tuturan ekspresif kebahagiaan, tuturan ekspresif memuji, dan tuturan ekspresif mengeluh. Hal ini sejalan dengan pendapat Nurjanah, L., dkk (2023), bahwa tindak tutur ekspresif "efaluatif" merupakan tindak tutur yang mengungkapkan perasaan si penutur, tuturan yang digunakan untuk mengungkapkan perasaan jiwa maupun psikologis dari si penutur berhubungan langsung dengan suasana hati yang ia rasakan. Misalnya, mengeluh, memuji, mengucapkan terima kasih, dan mengkritik.

Tindak tutur ekspresif merupakan salah jenis tindak tutur yang digunakan dalam proses jual beli. Pada proses jual beli secara online banyak penggunaan macam tindak tutur ekspresif dalam berkomunikasi. Tuturan terima kasih merupakan ungkapan perasaan senang dan menghargai. Menurut Murti (dalam Masruri, A., dkk. 2023) tuturan ekspresif terima kasih adalah tindak tutur yang biasanya terjadi karena mitra tutur dan penuturnya bersedia melakukan apa yang diminta, kemudian karena kebaikan hatinya dan menghargai atas apa yang telah dilakukan.

Selain itu, Olshtain dan Cohen (dalam Lailiyah, N. 2021) tindak tutur ekspresif meminta maaf yang digunakan oleh penutur untuk mengekspresikan permintaan maaf terdiri atas lima strategi, yaitu: Ungkapan permintaan maaf yang dilakukan secara langsung, permintaan maaf dengan memberikan tambahan penjelasan, permintaan maaf dengan memberikan pengakuan pertanggungjawaban, dan permintaan maaf dengan memberikan tawaran perbaikan. Tindak tutur ekspresif meminta maaf juga merupakan

sebuah tuturan yang dituturkan oleh penutur kepada lawan tuturnya dengan maksud untuk menyampaikan rasa penyesalannya dan ingin meminta maaf atas hal-hal yang dilakukannya yang membuat lawan tuturnya terganggu, merasa tidak nyaman, atau menyakiti hatinya baik yang dilakukan penutur itu sengaja atau tidak (Elfiyani, dkk., 2022).

Tuturan mengeluh juga biasanya dituturkan karena adanya rasa kecewa karena tidak sesuai harapan. Menurut Sari (dalam Masruri, A., dkk. 2023) mengeluh merupakan tindak tutur yang terjadi karena ingin mengungkapkan rasa susah karena kekecewaan. Dalam hal ini, mengeluh juga merupakan cara penutur mengkomunikasikan rasa tidak puas terhadap sesuatu yang dilakukan oleh lawan tutur.

Dengan demikian, tindak tutur sangat berperan penting untuk penggunaan bahasa Indonesia dalam komunikasi sehari-hari yang dapat menjadi perantara komunikasi seperti tindak tutur ekspresif. Tindak tutur ekspresif dalam transaksi jual beli daring yang menggunakan aplikasi transaksi jual beli sering kali mengakibatkan penggunaan gaya bahasa. Setiap tuturan ekspresif dalam sebuah penilaian memiliki makna mendasar yang signifikan karena setiap kali pembeli melakukan pembelian, mereka menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa komunikasi utama mereka untuk pertukaran tersebut. Pelanggan memberikan testimonial untuk barang yang sudah dibeli. Tuturan ekspresif yang dibuat oleh pembeli pada kolom pembelian jual beli sangat berpengaruh dalam penjualan barang. Tingginya rating penilaian yang diberikan oleh pembeli pada toko tersebut akan semakin tinggi pula minat yang dimiliki masyarakat kepada toko tersebut.

Peran tindak tutur ekspresif pada pembeli dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap produk serta menumbuhkan minat calon pembeli. Hal ini terlihat dari penilaian atau ulasan yang diberikan pembeli setelah melakukan transaksi sebelumnya. Dalam penelitian ini, fokus pembahasan diarahkan pada tindak tutur ekspresif yang digunakan dalam proses pembelian produk melalui platform TikTok Shop. Tujuan penggunaan tindak tutur ekspresif adalah untuk menyampaikan informasi secara lebih jelas, ringkas, dan mudah dipahami, baik oleh penjual maupun calon pembeli. Tindak tutur ekspresif tidak hanya berupa pujian atau kritik terhadap produk parfum Scarlett, tetapi juga berfungsi sebagai pengingat dan pertimbangan bagi calon pembeli sebelum melakukan transaksi. Dengan demikian, ulasan yang disampaikan pembeli sebelumnya menjadi media komunikasi yang efektif dalam membangun kepercayaan dan memengaruhi keputusan pembelian.

Pengamatan yang dilakukan secara daring di toko kosmetik @Scarlett Whitening khususnya pada produk parfum Scarlett di aplikasi TikTok Shop. Hal ini, menunjukkan bahwa pelanggan memberikan rating atau penilaian terhadap produk setelah pembelian. Ulasan dari pembeli ini sangat berguna karena dapat memberikan informasi kepada publik mengenai kualitas produk dan pelayanan toko. Penilaian yang diberikan pun beragam, mulai dari komentar positif hingga kritik, baik terkait kualitas produk, pelayanan, kecepatan pengiriman, maupun ketersediaan varian yang ditawarkan. Sehingga, dapat menjadi pertimbangan bagi calon pembeli dalam memilih produk yang sesuai.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik karena bertujuan mendeskripsikan bentuk tindak tutur ekspresif pembeli dalam ulasan produk parfum Scarlett di TikTok Shop. Sumber data penelitian adalah komentar atau ulasan pembeli pada toko resmi Scarlett Whitening, sedangkan data

penelitian berupa tuturan ekspresif yang mengandung ungkapan terima kasih, meminta maaf, dan menyesal. Data dikumpulkan dengan teknik dokumentasi, yaitu mengakses TikTok Shop, menyeleksi komentar yang relevan, kemudian mendokumentasikannya ke dalam tabel penelitian. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data dengan mengelompokkan komentar sesuai kategori tindak tutur ekspresif, penyajian data dengan menyusun hasil ke dalam tabel, analisis konteks untuk mendeskripsikan makna dan fungsi tuturan, serta penarikan kesimpulan untuk menemukan bentuk tindak tutur yang dominan serta perannya dalam interaksi pembeli dan penjual. Penelitian ini dilaksanakan secara daring melalui platform TikTok Shop pada bulan Oktober tahun 2025.

Hasil

No.	Tindak Tutur Ekspresif	Ulasan Produk
A.	Tindak Tutur Ekspresif Mengucapkan Terima Kasih	1. Terima kasih kak paket parfumnya udah sampe aku suka banget gak nyesel belinya..wanginya aku suka...nanti klo uda habis aku beli lagi akch...
		2. Terima kasih sesuai pesananku, pengemasan rapi aman gak pecah, pengiriman juga aman. Pertama semprot agak nyegrek wangi nya tapi lama-lama seger enak, next pesen parfumnya lagi.
		3. Wangiii bangetttt sumpahh pack nyaa lucuu bgt cantikk unguu pinkk. Dua duaa nyaa wangii, tahan sehariann. 1/2 semprot jugaa udah wangi polll!! Jangan ragu beli yaa gaiss wprth bgtt!! Makasihh yaa aku sukaa nanti aku beli varian yg lain lagii kalo uda abiss yg iniii.
		4. Parfumnya oke wanginya nempel, dapet harga murce pula. Thanks ya, pengiriman cepat, seller nya oke fast respon.
		5. Paket sdh sampai paking ok pengiriman juga cepat barang datang sesuai pesanan tdk ada yg rusak/cacat, minyak wanginya lucu imut anak cewe ku suka semua variant tapi lebih suka yg biru samudera wanginya fresh banget cocok buat dipake kalo mau sekolah, terimakasih seller.
		6. Peckingan rapi bgged gays, beli 2 dapat free body serum sachet nya, pengiriman juga cepet poll, wangi nya enak ga bikin eneg tahan lama juga bakal langganan sii, kurirnya ramah, thnk you.
		7. Barang sudah saya terima kak, pengemasan aman tidak ada cacat atau kekurangan. Beli 2 Alhamdulillah dapat diskon, awalnya bingung mau pilih yang varian apa, tapi semua wanginya enak dan gak nyesel, makin mau beli varian yang lain lagi. Sukses terus Scarlett, terimakasih banyak.
		8. Thanks harga murah bngett.
B.	Tindak Tutur Ekspresif Meminta Maaf	1. Maaf kak, kok dari pkcg dan wangi parfumnya beda ya sama yang aku beli dari store offline nya.
		2. Maaf banget paket saya sampe-sampe udah pecah satu botol padahal udah semangat banget nunggu paketan, mau hubungi seller tapi diresi nggak ada kontak toko, saya merasa dirugikan sekali karna harga 2 botol parfumnya lumayan bagi saya.
		3. Maaf tidak memuaskan dikarenakan produknya sudah exp ntah itu tahun berapa exp nya.

		4. Maaf banget kak Fely, wanginya strong banget kayak parfum 10 ribuan jaman dulu.
		5. Maaf baru nulis komentar, pengantaran lama, jauh dari prediksi ya mungkin dari j&t nya, tapi maaf saya kurang suka sama baunnya karena saya wanita mungkin kurang manis baunnya agak enek kalau buat saya.
		6. Maaf ya gak suka wanginya bikin sakit kepala.
C.	Tindak Tutur Ekspresif Menyesal	1. Sangat kecewa, pertama kali beli tapi barang malah kurang satu.kalo kurir yg bermasalah, hrsnya ga ush tanggung2 dia ambil satu pcs hrsnya semua.kecewa bgt sh.
		2. Kecewa bgt mentang2 dapet promo dikirim jenis parfum yg berbeda, mintanya garden whisper malah dikasih purple kiss padahal udh lama pengen punya garden.
		3. Tolong ini gimana ya, dibuka botolnya udah pecah isinya kosong first time beli parfum ini mau coba dan lagi butuh banget parfum malah kayak gini. tolong diperhatikan ya!! rasanya kecewa banget dan mau marah, padahal udah nungguin banget. aku ada video unboxing-nya.
		4. Nyesel banget sya bli dsni ini parfum apa air mineral gk ada wangi2 nya sma skali kecewa bnget.
		5. Sayang pesen Velvet roue malah datang garden of whisper aga kecewa sih.

Pembahasan

A. Tindak Tutur Ekspresif Mengucapkan Terima Kasih

1. Data 1

*"**Terima kasih** kak paket parfumnya udah sampe, aku suka banget. Wanginya enak, segar, dan tahan lama. Nggak nyesel beli di sini, nanti kalau sudah habis aku beli lagi deh."*



Berdasarkan data 1 di atas, menunjukkan ekspresi terima kasih karena parfum yang dipesan sudah sampai dengan selamat, memiliki wangi yang disukai, dan menimbulkan rasa puas sehingga pembeli berniat untuk membeli ulang. Tuturan *"terima kasih kak"* menjadi penanda ekspresi terima kasih yang jelas. Hal ini juga memperlihatkan bahwa ungkapan terima kasih tidak hanya

berfungsi sebagai ekspresi sopan santun, tetapi juga mengandung nilai evaluatif yang menekankan kepuasan pembeli terhadap kualitas produk.

2. Data 2

*"**Terima kasih** sesuai pesananku, pengemasan rapi aman gak pecah, pengiriman juga aman. Pertama semprot agak nyegrek wangi nya tapi lama-lama seger enak, next pesen parfumnya lagi."*



Berdasarkan data 2 di atas, ucapan *"terima kasih"* dituturkan sebagai bentuk apresiasi terhadap layanan penjual. Pembeli menekankan kepuasan dengan menyebutkan detail kesesuaian pesanan, kualitas pengemasan, dan keamanan barang. Walaupun sempat merasakan wangi parfum yang agak menyengat di awal, pembeli tetap mengungkapkan rasa puas karena wanginya berubah menjadi segar. Dengan demikian, ungkapan *"terima kasih"* di sini merupakan bentuk apresiasi menyeluruh terhadap kualitas produk dan layanan penjual.

3. Data 3

*"Wangiii bangetttt sumpahh pack nyaa lucuu bgt cantikk unguu pinkk. Dua duaa nyaa wangii, tahan sehariann. 1/2 semprot jugaa udah wangi polll!! Jangan ragu beli yaa gaiss wprth bgtt!! **Makasihh** yaa aku sukaa nanti aku beli varian yg lain lagii kalo uda abiss yg iniii."*



Berdasarkan data 3 di atas, tuturan ini menekankan kepuasan emosional pembeli. Kata-kata seperti *"wangiii bangettt sumpahh"* menunjukkan intensitas rasa puas yang tinggi. Ungkapan *"makasihh yaa"* menjadi tindak tutur ekspresif berupa terima kasih yang mempertegas apresiasi pembeli. Di samping itu, adanya ajakan kepada orang lain untuk tidak ragu membeli

produk memperlihatkan bahwa ucapan terima kasih juga berfungsi sebagai promosi tidak langsung bagi penjual.

4. **Data 4**
"Parfumnya oke wanginya nempel, dapet harga murce pula. ***Thanks*** *ya, pengiriman cepat, seller nya oke fast respon."*



Berdasarkan data 4 diatas, ungkapan *"thanks ya"* memiliki makna sebagai ekspresi apresiasi. Pembeli menekankan beberapa aspek positif, yakni wangi parfum yang awet, harga murah, kecepatan pengiriman, dan respon penjual yang baik. Ucapan terima kasih berfungsi sebagai pengakuan atas kualitas produk sekaligus pelayanan penjual, sehingga memperlihatkan hubungan positif antara pembeli dan penjual.

5. **Data 5**
"Paket sdh sampai paking ok pengiriman juga cepat barang datang sesuai pesanan tdk ada yg rusak/cacat, minyak wanginya lucu imut anak cewe ku suka semua variant tapi lebih suka yg biru samudera wanginya fresh banget cocok buat dipake kalo mau sekolah, ***terimakasih*** *seller."*



Berdasarkan data 5 diatas, ungkapan *"terimakasih seller"* dalam tuturan ini menandakan apresiasi pembeli yang puas tidak hanya untuk dirinya, tetapi juga berdasarkan pengalaman orang terdekat, yaitu anaknya. Pembeli menyebutkan varian parfum yang paling disukai, sehingga testimoni ini lebih spesifik. Ucapan terima kasih menjadi sarana evaluatif sekaligus rekomendasi bagi calon pembeli lain karena menyebutkan pengalaman nyata dan preferensi pengguna.

6. Data 6

"Peckingan rapi bgged gays, beli 2 dapat free body serum sachet nya, pengiriman juga cepet poll, wangi nya enak ga bikin eneg tahan lama juga bakal langanan sii, kurirnya ramah, ***thnk you****."*



Berdasarkan data 6 diatas, bahwa tuturan ini menunjukkan tindak tutur ekspresif berupa terima kasih yang ditandai dengan ungkapan *"thnk you"* (thank you). Ucapan terima kasih disampaikan setelah pembeli menyebutkan berbagai kelebihan, mulai dari pengemasan, bonus produk, kecepatan pengiriman, serta keramahan kurir. Hal ini memperlihatkan bahwa ucapan terima kasih sering menjadi penutup dari daftar evaluasi positif yang menunjukkan kepuasan menyeluruh terhadap produk dan layanan.

7. Data 7

"Barang sudah saya terima kak, pengemasan aman tidak ada cacat atau kekurangan. Beli 2 Alhamdulillah dapat diskon, awalnya bingung mau pilih yang varian apa, tapi semua wanginya enak dan gak nyesel, makin mau beli varian yang lain lagi. Sukses terus Scarlett, ***terimakasih*** *banyak."*



Berdasarkan data 7 diatas, ucapan *"terimakasih banyak"* menunjukkan bentuk apresiasi yang lebih mendalam. Pembeli tidak hanya merasa puas dengan produk, tetapi juga memberikan doa dan dukungan kepada penjual dengan kalimat *"sukses terus Scarlett"*. Hal ini menegaskan bahwa tindak tutur terima kasih tidak hanya sekadar ucapan syukur, tetapi juga dapat berupa dukungan moral yang memperkuat hubungan positif antara pembeli dan penjual.

8. Data 8

*"**Thanks** harga murah bngett."*



Berdasarkan data 8 diatas, ucapan *"thanks"* tetap menjadi penanda tindak tutur ekspresif berupa terima kasih. Tuturan ini berfokus pada apresiasi terhadap harga produk yang terjangkau. Walaupun tidak memberikan detail mengenai kualitas parfum atau pelayanan, ucapan terima kasih sederhana ini tetap menandakan rasa puas pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa ungkapan terima kasih bisa disampaikan dalam bentuk sederhana tetapi tetap jelas dalam menyampaikan maksud.

B. Tindak Tutur Ekspresif Meminta Maaf

Berikut ini adalah jenis tindak tutur ekspresif meminta maaf yang terdapat pada kolom komentar aplikasi Tiktok Shop ditoko kosmetik @Scarlett Whitening.

1. Data 1

"***Maaf** kak, kok dari pkcg dan wangi parfumnya beda ya sama yang aku beli dari store offline nya."*



Berdasarkan data 1 diatas, penutur menyampaikan kritiknya mengenai perbedaan produk online dengan produk yang dibeli di toko offline. Kata maaf diawal berfungsi melembutkan kritik yang sebenarnya menyangkut kredibilitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen berusaha menjaga kesantunan dalam berkomunikasi. Konsumen mengharapkan konsistensi kualitas Scarlett Whitening, baik dalam kemasan maupun aroma, agar tidak terjadi kecurigaan terhadap keaslian produk.

2. Data 2

"***Maaf*** *banget paket saya sampe-sampe udah pecah satu botol padahal udah semangat banget nunggu paketan, mau hubungi seller tapi diresi nggak ada kontak toko, saya merasa dirugikan sekali karna harga 2 botol parfumnya*



lumaan bagi saya."

Berdasarkan data 7 diatas, menunjukkan bahwa konsumen menekankan ungkapan maaf dengan tambahan *kata banget*, yang menunjukkan perasaan kecewa mendalam akibat kerusakan produk saat diterima. Kasus botol pecah ini terkait langsung dengan aspek packaging produk Scarlett Whitening yang dinilai kurang aman. Kritik ini bersifat serius karena menyangkut kerugian pada konsumen, apalagi harga parfum yang relatif mahal bagi sebagian pembeli. Namun, dengan saat menyampaikan kritik, penutur menggunakan kata maaf, agar tetap menjaga kesantunan dalam menyampaikan keluhan.

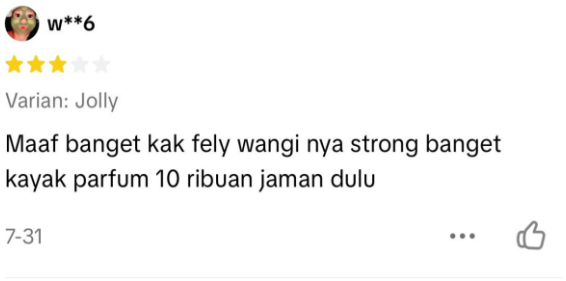
3. Data 3

"***Maaf*** *tidak memuaskan dikarenakan produknya sudah exp ntah itu tahun berapa exp nya."*



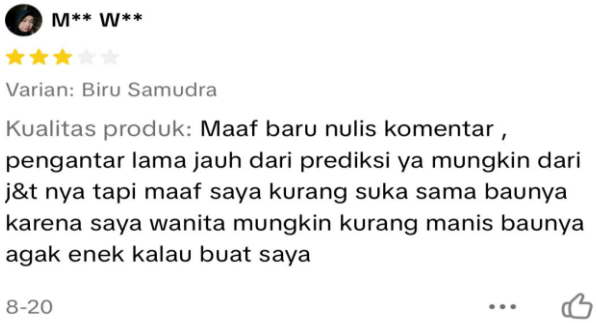
Berdasarkan data 3 diatas, menyampaikan keluhan serius mengenai produk yang kedaluwarsa. Isi komentar jelas menunjukkan ketidakpuasan yang besar, namun dengan menyertakan kata maaf, konsumen menampilkan sikap sopan yang bisa membantu agar kritik diterima lebih baik oleh pihak penjual.

4. **Data 4**
   "***Maaf*** *banget kak Fely, wanginya strong banget kayak parfum 10 ribuan jaman dulu."*



Berdasarkan data 9 diatas, memperlihatkan bahwa konsumen menggunakan kata *maaf banget* sebelum menyampaikan kritik keras yang membandingkan parfum tersebut dengan parfum murah zaman dulu. Dari sisi isi, komentar ini sebenarnya bernada negatif dan berpotensi menyinggung. Namun, adanya kata maaf di awal berfungsi agar komentar yang diberikan tidak langsung tedengar kasar.

5. **Data 5**
   "***Maaf*** *baru nulis komentar, pengantaran lama, jauh dari prediksi ya mungkin dari j&t nya, tapi* ***maaf*** *saya kurang suka sama baunnya karena saya wanita mungkin kurang manis baunnya agak enek kalau buat saya."*



Berdasarkan data 10 diatas, menunjukkan adanya dua fungsi permintaan maaf. Pertama, konsumen meminta maaf karena keterlambatan memberi ulasan, yang terkait dengan etika dalam belanja online. Kedua, permintaan maaf digunakan untuk menyampaikan kritik terhadap aroma parfum yang dirasa kurang manis dan bahkan menimbulkan rasa enek. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen khususnya wanita memiliki selera aroma tertentu dari parfum Scarlett Whitening. Kritik semacam ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan selera konsumen berdasarkan gender atau usia.

6. **Data 6**
   "***Maaf*** *ya gak suka wanginya bikin sakit kepala."*



Berdasarkan data 6 diatas, penutur menyinggung aspek aroma produk Scarlett. Wangi parfum yang terlalu menyengat dapat menimbulkan ketidaknyamanan fisik, dalam hal ini sakit kepala. Walaupun isi komentar yang negatif, ungkapan *maaf ya* di awal tetap menunjukkan usaha konsumen untuk menjaga kesopanan.

C. Tindak Tutur Ekspresif Menyesal

1. Data 1

*"**Sangat kecewa**, pertama kali beli tapi **barang malah kurang satu**.kalo kurir yg bermasalah, hrsnya ga ush tanggung2 dia ambil satu pcs hrsnya semua.**kecewa bgt sh."***



Berdasarkan data 1 di atas, penutur mengungkapkan rasa kecewa yang mendalam terhadap pengalaman belanja pertamanya. Harapan untuk mendapatkan pengalaman positif justru tidak terpenuhi karena barang yang diterima kurang satu. Kata "sangat kecewa" dan "kecewa banget" menunjukkan adanya emosi negatif yang kuat. Ujaran ini termasuk tindak tutur ekspresif menyesal karena penutur mengungkapkan penyesalan telah membeli di toko tersebut. Selain itu, penutur menyindir kurir yang dianggap bertanggung jawab, yang menunjukkan bahwa rasa menyesal tersebut juga dipicu oleh layanan pengiriman yang tidak sesuai harapan.

2. **Data 2**

*"**Kecewa bgt** mentang-mentang dapet promo **dikirim jenis parfum yg berbeda, mintanya garden whisper malah dikasih purple kiss** padahal udh lama pengen punya garden."*



Data 2 menunjukkan kekecewaan pembeli akibat produk yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Penutur menggunakan kata "kecewa banget" untuk menegaskan rasa kecewa yang muncul. Penyesalan diperkuat dengan penjelasan bahwa pembeli sudah lama menginginkan varian Garden Whisper, namun justru menerima varian Purple Kiss. Ujaran ini termasuk tindak tutur ekspresif menyesal karena mengandung ekspresi penyesalan akibat harapan yang tidak terpenuhi. Komentar ini juga menyinggung persoalan promo, ibaratkan produk promo tidak diperlakukan dengan standar yang sama, sehingga menambah kesan ketidakadilan dalam transaksi.

3. **Data 3**

*"Tolong ini gimana ya, dibuka **botolnya udah pecah isinya kosong** first time beli parfum ini mau coba dan lagi butuh banget parfum malah kayak gini. Tolong diperhatikan ya!! **rasanya kecewa banget dan mau marah,** padahal udah nungguin banget. Aku ada video unboxing-nya."*



Berdasarkan data 3, penutur menyesal karena produk yang diterima dalam kondisi rusak parah. Botol parfum yang pecah dan kosong membuat pembelian pertama menjadi pengalaman yang mengecewakan. Kalimat "rasanya kecewa banget dan mau marah" menunjukkan ekspresi emosional yang intens. Tuturan ini termasuk tindak tutur ekspresif menyesal karena

pembeli mengekspresikan penyesalan akibat produk tidak dapat digunakan. Penyebutan bukti berupa video unboxing memperkuat nada kecewa sekaligus sebagai bentuk protes agar penjual lebih berhati-hati dalam proses pengepakan dan pengiriman.

4. Data 4

*"**Nyesel banget** sya bli dsni ini parfum apa air mineral **gk ada wangi2** nya sma skali **kecewa bnget.**"*



Berdasarkan data 4, memperlihatkan ekspresi penyesalan pembeli terhadap kualitas parfum yang sangat mengecewakan. Kata "nyesel banget" dan "kecewa banget" menandakan bahwa penutur menyesali keputusannya membeli produk tersebut. Parfum yang dibeli bahkan dibandingkan dengan air mineral karena tidak memiliki aroma sama sekali. Ujaran ini termasuk tindak tutur ekspresif menyesal karena mengungkapkan rasa kecewa dan penyesalan mendalam akibat produk tidak sesuai dengan fungsi dasarnya sebagai parfum. Komentar ini merupakan bentuk kritik keras sekaligus ekspresi penyesalan konsumen terhadap mutu produk yang buruk.

5. Data 5

*"**Sayang** pesen Velvet roue malah datang garden of whisper **aga kecewa sih.**"*



Berdasarkan data 5, penutur mengungkapkan penyesalan karena varian parfum yang diterima berbeda dengan pesanan. Kata "sayang" dan

"agak kecewa sih" menunjukkan ekspresi kekecewaan. Tuturan ini termasuk tindak tutur ekspresif menyesal karena penutur mengekspresikan rasa penyesalan akibat ketidaksesuaian antara produk yang diharapkan dengan yang diterima. Komentar ini mencerminkan adanya ketidakpuasan pembeli terhadap kesalahan pengiriman produk.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tindak tutur ekspresif pembeli dalam ulasan produk parfum Scarlett di TikTok Shop memiliki peran penting dalam membangun interaksi antara penjual dan pembeli. Bentuk tindak tutur ekspresif yang ditemukan meliputi ucapan terima kasih, permintaan maaf, dan ungkapan penyesalan. Ulasan positif memberikan dorongan kepercayaan serta meningkatkan minat calon pembeli, sementara kritik dan keluhan menjadi masukan bagi penjual untuk memperbaiki kualitas produk maupun layanan. Dengan demikian, tindak tutur ekspresif dalam ulasan pembeli tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi personal, tetapi juga menjadi media evaluatif yang dapat memengaruhi citra toko serta keputusan calon pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa, khususnya tindak tutur ekspresif, berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan daya tarik produk, dan menjaga kualitas interaksi antara penjual dan pembeli di platform belanja daring/online.

Referensi

Andriarsih, L., & Budiasih, K. (2020). Tindak tutur direktif dalam interaksi penjual dan pembeli online shop di media sosial whatsapp. *La-Tahzan: Jurnal Pendidikan Islam*, *12*(2), 251-263.

Devi, R. P. I., & Utomo, A. P. Y. (2021). Tindak tutur ilokusi pada interaksi jual beli di pasar tradisional Bandarjo Ungaran dalam kajian pragmatik. *Riksa Bahasa: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, *7*(2), 185-196.

Elfiyani, E., Razali, R., & Subhayni, S. (2022). TINDAK TUTUR EKSPRESIF DALAM NOVEL SANG KOMBATAN KARYA MUSA AM. Kande: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 3(2), 153-164.

Lailiyah, N. (2021). Tindak Tutur Ekspresif Meminta Maaf Terpidana Korupsi di Indonesia. PRASASTI: Jurnal Linguistik , 6 (2), 215-225.

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.

Masruri, A., Hafifah, A. W., Fiamanillah, F., & Fatmawati, F. (2023). Tindak Tutur Ekspresif Pembeli dalam Aplikasi TikTok. *Sajak: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Sastra, Bahasa, dan Pendidikan*, *2*(3), 10-18.

Nurjanah, L., Fitriani, Y., & Effendi, D. (2023). Tindak Tutur Ekspresif Berkomentar Di Dalam Instagram Instagram Najwa Shihab Mengenai ''Indonesia Surga Para Pengabdi Psikopat''. Jurnal Pembahsi (Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia) , 13 (2), 110-124.

Saputri, A. T. S., Setyorini, R., & Irma, C. N. (2022). Analisis tindak tutur ekspresif dalam transaksi jual beli sayur di pasar wangon. *Jurnal Bindo Sastra*, *6*(1), 47-56.