PRAGMATIC ANALYSIS OF POLITENESS STRATEGY IN SOCIAL MEDIA COMMUNICATION IN BIGMO YOUTUBE VIDEOS

Citra Nurjanah[1], Friska Ruth Margareth Purba[2], Sonya Trikandi[3], Fidiatun Adiyan[4]
[1,2,3,4]Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Tangerang Raya
[1]Citra.nurjanah@gmail.com , [2]margarethpurb4@gmail.com ,
[3]sonyatrikandi28@gmail.com , Fidiatunadiyan@gmail.com

ABSTRACT

Social media communication serves not only as a means of conveying information but also as a medium that reflects the use of politeness strategies in maintaining interpersonal relationships. One example of such communication can be found in Bigmo's YouTube podcast, which features spontaneous and interactive conversations. This study aims to analyze the politeness strategies used in social media communication in Bigmo's YouTube video entitled "All Streaming Belongs to Allah...(BIGMO x ALDI TAHER!!!)" based on Brown and Levinson's (1987) politeness theory. This study employed a descriptive qualitative method with a pragmatic approach. The data consisted of utterances containing politeness strategies found in the selected YouTube video. The data were analyzed through three stages: data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings revealed that all four politeness strategies proposed by Brown and Levinson were identified, namely bald on-record (16 utterances), positive politeness (31 utterances), negative politeness (4 utterances), and off-record (6 utterances). Among these strategies, positive politeness was the most frequently used, while off-record was the least frequently employed. These findings indicate that the speakers tended to prioritize strategies that promote closeness, solidarity, and friendly interpersonal relationships in social media communication.

Keywords: pragmatics, politeness strategies, Brown and Levinson, social media communication, YouTube.

ABSTRAK

Komunikasi di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga mencerminkan penggunaan strategi kesantunan dalam menjaga hubungan interpersonal antarpembicara. Salah satu bentuk komunikasi tersebut dapat ditemukan dalam podcast YouTube Bigmo yang menampilkan percakapan spontan dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kesantunan yang digunakan dalam komunikasi media sosial pada video YouTube Bigmo berjudul "All Streaming Belongs to Allah...(BIGMO x ALDI TAHER!!!)" berdasarkan teori strategi kesantunan Brown dan Levinson (1987). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik. Data penelitian berupa tuturan yang mengandung strategi kesantunan

dalam video tersebut. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh empat strategi kesantunan Brown dan Levinson ditemukan dalam data, yaitu bald on-record sebanyak 16 tuturan, positive politeness sebanyak 31 tuturan, negative politeness sebanyak 4 tuturan, dan off-record sebanyak 6 tuturan. Strategi positive politeness merupakan strategi yang paling dominan digunakan, sedangkan off-record menjadi strategi yang paling sedikit ditemukan. Temuan ini menunjukkan bahwa para penutur cenderung menggunakan strategi yang membangun kedekatan, solidaritas, dan hubungan yang akrab dalam komunikasi di media sosial.

Kata Kunci: pragmatik, strategi kesantunan, Brown dan Levinson, komunikasi media sosial, YouTube.

A. Pendahuluan

Bahasa merupakan alat komunikasi untuk menyampaikan ide, pendapat, perasaan, serta membangun hubungan sosial dengan orang lain. Seiring dengan perkembangan teknologi, komunikasi tidak lagi hanya dilakukan secara tatap muka, tetapi juga melalui berbagai platform media sosial. Sesuai dengan pernyataan Alcosero & Gomez (2022) media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun hubungan dalam komunitas virtual. Media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook telah menjadi sarana yang memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri secara luas.

Pragmatik merupakan cabang ilmu linguistik yang mengkaji makna tuturan berdasarkan situasi dan konteks penggunaannya dalam komunikasi. Salah satu aspek yang dikaji dalam pragmatik adalah kesantunan berbahasa, yaitu bagaimana penutur menggunakan bahasa secara tepat dan sesuai dengan norma sosial yang berlaku dalam suatu konteks tertentu. Menurut Brown & Levinson (1987) yang mengelompokkan kesantunan ke dalam empat strategi, yaitu *bald on-record, positive politeness, negative politeness,* dan *off-record.* Strategi-strategi tersebut digunakan untuk mengurangi ancaman terhadap citra diri penutur maupun lawan tutur sehingga komunikasi dapat berlangsung dengan baik dan harmonis.

Dalam konteks media sosial, penggunaan strategi kesantunan menjadi semakin menarik untuk diteliti karena komunikasi yang terjadi bersifat terbuka dan dapat diakses oleh banyak orang. Penelitian yang dilakukan oleh Haugh & Culpeper (2018) juga menunjukkan bahwa kesantunan dalam komunikasi digital dipengaruhi oleh konteks sosial, hubungan antarpartisipan, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Salah satu kreator konten yang aktif berinteraksi dengan audiens melalui YouTube adalah Bigmo. Dalam berbagai videonya, Bigmo sering menyampaikan pendapat, memberikan informasi, serta berinteraksi dengan penonton menggunakan gaya bahasa yang beragam. Cara Bigmo berkomunikasi dengan audiens berpotensi menunjukkan penggunaan berbagai strategi kesantunan yang dapat dianalisis dari perspektif pragmatik.

Penelitian mengenai kesantunan berbahasa di media sosial telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus menelaah strategi kesantunan yang digunakan oleh kreator konten YouTube masih perlu dikembangkan. Salah satu kreator konten yang menarik untuk dikaji adalah Bigmo karena gaya komunikasinya yang khas dalam menyampaikan informasi, opini, maupun tanggapan terhadap berbagai fenomena. Dalam beberapa kontennya, Bigmo merupakan youtuber yang berfokus pada live streaming dan podcas dengan viewer rata-rata 10.000 - 100.000 viewer persekali tayang. Bigmo sering menggunakan bahasa yang lugas, tegas, dan persuasif sehingga berpotensi menimbulkan beragam interpretasi dari audiens. Bagi sebagian penonton, gaya bahasa tersebut dapat dipandang sebagai bentuk komunikasi yang efektif dan menarik, sementara bagi penonton lain dapat dianggap kurang sesuai dengan norma kesantunan tertentu. Perbedaan persepsi tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap kesantunan sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan karakteristik audiens yang terlibat dalam komunikasi.

Selain itu, sebagai seorang kreator konten dengan jumlah pengikut 598.000 pengikut, Bigmo memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam membentuk pola komunikasi di lingkungan digital. Pemilihan bahasa yang digunakan tidak hanya berfungsi untuk

menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun kedekatan dengan audiens. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Communication Accommodation Theory yang menyatakan bahwa penutur cenderung menyesuaikan gaya komunikasinya dengan karakteristik lawan tutur untuk mencapai komunikasi yang lebih efektif. Dalam konteks media sosial, penggunaan bahasa yang santai, langsung, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari sering kali menjadi strategi untuk menarik perhatian serta meningkatkan keterlibatan audiens, terutama dari kalangan generasi muda yang mendominasi pengguna platform digital.

Penelitian tentang kesantunan berbahasa telah banyak dilakukan dalam berbagai konteks media sosial. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurhawara et al. (2022) pada channel YouTube Jess No Limit dengan judul Language Politeness of Game Players on YouTube Social Media "Jess No Limit": Pragmatic Study. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kesantunan positif (positive politeness strategy) merupakan strategi yang paling dominan digunakan dibandingkan strategi kesantunan negatif (negative politeness strategy), strategi langsung (bald-on record strategy), dan strategi tersamar (off-record strategy) dalam interaksi antarpemain game di YouTube. Selain itu, Azizah et al. (2024) meneliti kesantunan berbahasa pada tuturan Habib Jafar dan Winona dalam video podcast dan menemukan adanya pematuhan terhadap enam maksim kesantunan berbahasa, yaitu maksim kedermawanan, kerendahan hati, kesepakatan, pujian, kebijaksanaan, dan kesimpatian. Berdasarkan kedua penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa kajian kesantunan berbahasa di media sosial YouTube telah banyak dilakukan, baik pada konten game maupun podcast. Namun, hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji strategi kesantunan berbahasa dalam video streaming Bigmo pada episode “Semua Streaming Milik Allah... (BIGMO x ALDI TAHER!!!)”. Berdasarkan fenomena tersebut, analisis terhadap strategi kesantunan yang digunakan oleh Bigmo menjadi penting untuk dilakukan. Kajian ini tidak hanya memberikan gambaran

mengenai penerapan strategi kesantunan dalam komunikasi digital, tetapi juga menunjukkan bagaimana seorang kreator konten mengelola hubungan dengan audiens melalui pilihan bahasa yang digunakannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi kesantunan yang muncul dalam video YouTube Bigmo berdasarkan teori kesantunan yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson (1987). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian pragmatik, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan bahasa dan kesantunan dalam media sosial.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berfokus pada kajian pragmatik untuk menganalisis strategi kesantunan yang digunakan dalam komunikasi media sosial pada video YouTube Bigmo. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena kebahasaan secara mendalam dalam konteks yang alami. Menurut Sugiyono (2015) penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan suatu fenomena dalam kondisi alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama. Data penelitian berupa tuturan yang di duga mengandung strategi kesantunan, sedangkan sumber data diperoleh dari video-video yang diunggah pada kanal YouTube Bigmo yang berjudul All Streaming Belongs to Allah...(BIGMO x ALDI TAHER!!!) Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dengan cara menonton video yang dipilih, mentranskripsikan percakapan, mengidentifikasi tuturan yang mengandung strategi kesantunan, serta mengklasifikasikannya berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Secara singkat dan jelas uraikan Berdasarkan hasil analisis terhadap video YouTube "All Streaming Belongs to Allah... (BIGMO x ALDI TAHER!!!)", ditemukan bahwa seluruh strategi kesantunan yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson (1987) muncul dalam interaksi antara Bigmo dan Aldi Taher. Keempat strategi tersebut meliputi bald on-record, positive politeness,

negative politeness, dan off-record. Dari keseluruhan data yang diperoleh, positive politeness merupakan strategi yang paling dominan digunakan, sedangkan off-record menjadi strategi yang paling sedikit ditemukan. Temuan ini mengindikasikan bahwa komunikasi dalam podcast lebih menekankan pembangunan hubungan interpersonal yang akrab, suportif, dan komunikatif dibandingkan penyampaian pesan secara langsung.

A. Bald on-record

Bald on-record adalah strategi kesantunan yang digunakan untuk menyampaikan tuturan secara langsung tanpa melakukan tindakan untuk meminimalkan ancaman terhadap positive face maupun negative face lawan tutur. Strategi ini umumnya muncul dalam situasi yang membutuhkan penyampaian informasi secara cepat, hubungan antarpenutur yang sangat akrab, atau ketika penutur memiliki kedudukan yang lebih tinggi sehingga tidak merasa perlu menggunakan bentuk tuturan yang lebih halus.

Tabel 1.1 Data Bald On-Record Strategy dalam Bigmo YouTube Videos

Bald on-Record	
Penutur	Jumlah
BIGMO	0
ALDI TAHER	16
TOTAL	16

Berdasarkan hasil analisis, pada table 1.1 strategi bald on-record ditemukan sebanyak 16 tuturan, dan seluruhnya digunakan oleh Aldi Taher sebagai narasumber. Sebaliknya, Bigmo tidak ditemukan menggunakan strategi ini selama proses percakapan. Temuan tersebut menunjukkan adanya perbedaan gaya komunikasi antara pembawa acara dan narasumber. Aldi Taher cenderung menggunakan tuturan yang langsung, spontan, dan tanpa penghalusan bahasa, sedangkan Bigmo lebih berhati-hati dalam memilih bentuk tuturannya.

Table 2.1 Example Conversation of Bald On-Record Strategy

Konteks	Percakapan
Tuturan ini muncul ketika Aldi Taher menyampaikan	Aldi Taher: “Udah, langsung aja begitu.” (00:15:42)

pendapat secara langsung tanpa penghalusan bahasa.	

Tuturan tersebut dikategorikan sebagai bald on-record karena disampaikan secara langsung tanpa menggunakan perangkat linguistik yang bertujuan mengurangi ancaman terhadap *face* lawan tutur. Menurut Brown dan Levinson (1987), strategi ini lazim digunakan ketika penutur mengutamakan efisiensi penyampaian pesan dibandingkan upaya menjaga kesantunan.

Penggunaan strategi ini dapat dipahami melalui konteks podcast yang berlangsung secara santai dan informal. Dalam situasi tersebut, Aldi Taher tidak merasa perlu menggunakan ungkapan yang lebih halus karena hubungan antarpeserta percakapan sudah cukup akrab. Dengan demikian, strategi bald on-record dalam penelitian ini lebih merefleksikan karakter komunikasi Aldi Taher yang spontan dan ekspresif dibandingkan sebagai bentuk ketidaksantunan.

Temuan ini juga memperlihatkan bahwa peran sosial penutur memengaruhi pemilihan strategi kesantunan. Sebagai narasumber, Aldi Taher memiliki kebebasan yang lebih besar untuk menyampaikan pendapat secara langsung, sedangkan Bigmo sebagai pembawa acara cenderung menghindari strategi tersebut demi menjaga kenyamanan dan kelancaran jalannya wawancara.

B. Positive Politeness

Positive politeness merupakan strategi kesantunan yang bertujuan menunjukkan kedekatan, keakraban, serta membangun hubungan yang harmonis dengan lawan tutur. Strategi ini dilakukan dengan memperlihatkan perhatian, penghargaan, persetujuan, atau solidaritas sehingga lawan tutur merasa dihargai dan diterima.

Tabel 1.2 Data Positive Politeness Strategy dalam Bigmo YouTube Videos

Positive Politeness	
Penutur	Jumlah
BIGMO	7
ALDI TAHER	24
TOTAL	31

Hasil penelitian menunjukkan bahwa positive politeness merupakan strategi yang paling dominan. Berdasarkan table 1.2 menunjukan ada 31 tuturan. Dari jumlah tersebut, Aldi Taher menggunakan strategi ini sebanyak 24 tuturan, sedangkan

Bigmo menggunakan 7 tuturan. Dominasi strategi ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam podcast lebih diarahkan pada pembentukan hubungan interpersonal yang akrab dibandingkan penyampaian informasi secara formal.

Table 2.2 Example Conversation of positive politeness Strategy

Konteks	Percakapan
Tuturan ini muncul ketika Aldi Taher berusaha menciptakan suasana akrab dengan humor dan pujian.	Aldi Taher: "Lu tuh keren banget bisa bikin podcast kayak gini." (00:12:08)

Tuturan tersebut mengandung pujian yang berfungsi memperkuat hubungan sosial antara penutur dan lawan tutur. Dalam teori Brown dan Levinson (1987), pemberian pujian merupakan salah satu bentuk positive politeness karena menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan positive face lawan tutur, yaitu keinginan untuk dihargai dan diterima.

Tingginya frekuensi penggunaan strategi ini menunjukkan bahwa baik Bigmo maupun Aldi Taher berusaha menciptakan suasana percakapan yang hangat, santai, dan penuh solidaritas. Penggunaan humor, pujian, serta ungkapan persetujuan tidak hanya menjaga hubungan interpersonal, tetapi juga meningkatkan daya tarik komunikasi bagi audiens YouTube.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurhawara et al. (2022) yang menemukan bahwa positive politeness merupakan strategi yang paling dominan dalam komunikasi pada kanal YouTube Jess No Limit. Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa interaksi pada platform YouTube cenderung mengutamakan kedekatan emosional sebagai strategi untuk mempertahankan keterlibatan audiens.

C. Negative Politeness

Negative Politeness adalah strategi kesantunan yang digunakan untuk menjaga perasaan dan kebebasan lawan bicara agar tidak merasa ditekan atau dipaksa. Negative Politeness dapat dikenali melalui penggunaan ungkapan seperti maaf, izin bertanya, bolehkah, kalau tidak keberatan, mohon, atau tolong. Selain itu, strategi ini juga dapat muncul dalam bentuk pertanyaan

tidak langsung, sehingga lawan bicara tetap memiliki pilihan untuk menjawab atau menolak tanpa merasa terpaksa.

Tabel 1.3 Data Negative Politeness Strategy dalam Bigmo YouTube Videos

Negative Politeness	
Penutur	Jumlah
BIGMO	4
ALDI TAHER	1
TOTAL	5

Pada table 1.3 strategi negative politeness ditemukan sebanyak lima tuturan, dengan rincian empat tuturan digunakan oleh Bigmo dan satu tuturan digunakan oleh Aldi Taher. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa strategi ini lebih banyak digunakan oleh pembawa acara dibandingkan narasumber.

Table 2.3 Example Conversation of Negative Politeness Strategy

Konteks	Percakapan
Tuturan tersebut dituturkan ketika Bigmo membutuhkan bantuan dari lawan bicaranya untuk membuka sesuatu dalam permainan.	Bigmo : “Ras, tolong bukain dulu.” (00:34:32)

Penggunaan kata *tolong* menunjukkan adanya upaya penutur untuk mengurangi kesan memerintah sehingga permintaan terdengar lebih sopan. Menurut Brown dan Levinson (1987), strategi negative politeness bertujuan menjaga kebebasan bertindak (*negative face*) lawan tutur agar tidak merasa dipaksa.

Dominasi penggunaan strategi ini oleh Bigmo dapat dipahami karena posisinya sebagai host mengharuskannya menjaga kenyamanan narasumber selama wawancara berlangsung. Oleh karena itu, bentuk-bentuk permintaan maupun pertanyaan lebih sering disampaikan menggunakan ungkapan yang sopan daripada secara langsung.

D. Off Record

Off Record adalah strategi kesantunan yang dilakukan dengan menyampaikan pesan secara tidak terbuka atau tidak langsung. Dalam strategi ini, penutur memberikan petunjuk atau ungkapan tertentu agar lawan bicara dapat memahami maksudnya sendiri. Oleh sebab itu, makna dalam tuturan Off Record

sering kali tidak terlihat secara jelas. Strategi ini dapat digunakan dalam bentuk lelucon, sindiran, metafora, atau kalimat yang bermakna ganda.

Tabel 1.4 Data Off Record Strategy dalam Bigmo YouTube Videos

Off Record	
Penutur	Jumlah
BIGMO	3
ALDI TAHER	3
TOTAL	6

Pada table 1.4 strategi off-record ditemukan sebanyak enam tuturan, masing-masing tiga digunakan oleh Bigmo dan tiga oleh Aldi Taher. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua penutur sama-sama memanfaatkan strategi tidak langsung ketika ingin menyampaikan pesan yang berpotensi sensitif.

Table 2.4 Example Conversation of Off Record Strategy

Konteks	Percakapan
Tuturan ini disampaikan ketika Bigmo membicarakan rencana untuk melakukan sesuatu di masa depan.	Aldi Taher : “Kalau masih ada umur lu.” (00:27:36)

Tuturan tersebut tidak secara eksplisit memerintahkan Bigmo untuk segera melakukan sesuatu, tetapi menyampaikan pesan melalui implikatur bahwa kehidupan manusia tidak dapat dipastikan. Oleh karena itu, makna sebenarnya harus disimpulkan oleh lawan tutur berdasarkan konteks percakapan.

Menurut Brown dan Levinson (1987), strategi off-record memberikan keleluasaan bagi lawan tutur untuk menafsirkan maksud penutur tanpa adanya tekanan secara langsung. Dalam konteks podcast, strategi ini juga berfungsi menciptakan humor dan menjaga suasana percakapan tetap santai.

E. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan strategi kesantunan dalam komunikasi pada video YouTube Bigmo yang berjudul All Streaming Belongs to Allah…(BIGMO x ALDI TAHER!!!) dengan menggunakan teori kesantunan Brown dan Levinson (1987). Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa keempat strategi kesantunan, yaitu bald on-record, positive politeness, negative politeness, dan off-record, diterapkan dalam percakapan antara Bigmo dan

Aldi Taher. Hasil penelitian menunjukkan bahwa positive politeness merupakan strategi yang paling banyak digunakan. Dominasi strategi ini mengindikasikan bahwa kedua penutur lebih mengedepankan pendekatan yang mampu menciptakan keakraban, mempererat hubungan sosial, serta membangun suasana komunikasi yang nyaman dan bersahabat. Sebaliknya, strategi off-record digunakan paling sedikit karena sebagian besar pesan disampaikan secara jelas dan mudah dipahami oleh lawan tutur.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya perbedaan pola penggunaan strategi kesantunan sesuai dengan peran masing-masing penutur. Bigmo, sebagai pembawa acara, cenderung menggunakan negative politeness untuk menjaga kesopanan dan kenyamanan narasumber, terutama ketika mengajukan pertanyaan atau menyampaikan permintaan. Di sisi lain, Aldi Taher lebih sering menggunakan bald on-record dan positive politeness, yang mencerminkan karakter komunikasinya yang spontan, lugas, tetapi tetap berusaha membangun kedekatan dengan lawan bicara.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa strategi kesantunan memiliki peran penting dalam membangun komunikasi yang efektif di media sosial. Pemilihan strategi yang tepat tidak hanya membantu menyampaikan pesan secara efektif, tetapi juga menjaga hubungan interpersonal antara penutur dan lawan tutur. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian pragmatik, khususnya mengenai penerapan strategi kesantunan dalam komunikasi digital pada platform YouTube.

DAFTAR PUSTAKA

Brown, Penelope, and Stephen C. Levinson. 1987. Politeness: Some Universals in Language Usage. 1 st. Cambridge: Cambridge University Press.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. 22nd ed. Bandung: Alfabeta.

Haugh, Michael, and Jonathan Culpeper. 2018. “Integrative Pragmatics and (Im)Politeness Theory.” Pp. 213–239 in Pragmatics and Its Interfaces. John Benjamins Publishing Company

Alcosero, Irish Rose, and Dan Gomez. 2022. “Analysis of Politeness Strategies in Youtube Reaction Vlogs.” International Journal of

Research Studies in Education 11(3):99–156.

Azizah, Dinara Sofia, Yanuar Ferdi Pramuzaky, and Siti Rumilah. 2024. "Kesantunan Berbahasa Dalam Podcast Habib Jafar Dan Winona: Tinjauan Pragmatik." Prosiding Konferensi Nasional Adab Dan Humaniora 2:142–50.

Nurhawara, Lukman, and Ikhwan M.Said. 2022. "Strategi Kesantunan Pemain Game Dalam Saluran Youtube ' Jess No Limit ." Jurnal Onoma Pendidikan Bahasa Dan Sastra 8(1):63–76.

Sagita, Elva Meilani, Sonya Trikandi, and Hugo Dimas Ohsyahida. 2026. "PELANGGARAN MAKSIM DALAM PODCAST 'PURBAYA YUDHI SADEWA (KETUA DEWAN KOMISIONER LPS): LPS DISERANG 3 M HACKER?" PENTAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia 12(1):27–34.