

Kesantunan Berbahasa dan Tindak Tutur dalam Layanan E-Commerce: Pendekatan Pragmatik

Anisa Br Pelawi¹, Aulia Hasanah², Nehemia Diah Kristalia Sianturi³, Riva Amanda⁴,
Reynaldi Hutapea⁵
Universitas Negeri Medan^{1,2,3,4,5}

*Email:

anisapelawi38@gmail.com, auliahas1101@gmail.com, nehemiadiah@gmail.com, amandariva9@gmail.com,
reynaldihutapea70@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the forms of speech acts, politeness strategies, and implicatures used in online service interactions, particularly in cases of online fraud on the Facebook platform. This study uses a pragmatic approach based on Searle's (1969) speech act theory and Leech's (1983) and Brown and Levinson's (1987) politeness theories. The research method used is descriptive qualitative with documentation and note-taking techniques on conversation data between the victim and the perpetrator pretending to be a seller and customs officer. The research results show that the perpetrator predominantly uses directive and commissive speech acts to guide and convince the victim. Negative politeness strategies and the maxim of agreement are used to create an illusion of professionalism and false empathy. Additionally, the use of implicature and indirect language plays a role in subtly building psychological pressure. This research concludes that language is the primary tool in executing communication manipulation in online scams.

Keywords: Pragmatics, Speech Acts, Politeness, Implicature, Online Scams, Online Services

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wujud tindak tutur, strategi kesantunan, dan implikatur yang digunakan dalam interaksi layanan daring, khususnya dalam kasus penipuan online di platform Facebook. Kajian ini menggunakan pendekatan pragmatik dengan landasan teori tindak tutur dari Searle (1969) dan teori kesantunan dari Leech (1983) serta Brown dan Levinson (1987). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik dokumentasi dan simak-catat terhadap data percakapan antara korban dan pelaku yang berpura-pura sebagai penjual serta petugas bea cukai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku dominan menggunakan tindak tutur direktif dan komisif untuk mengarahkan dan meyakinkan korban. Strategi kesantunan negatif dan maksim kesetujuan digunakan untuk menciptakan ilusi profesionalitas dan empati palsu. Selain itu, penggunaan implikatur dan bahasa tidak langsung berperan dalam membangun tekanan psikologis secara halus. Penelitian ini menyimpulkan bahwa bahasa menjadi alat utama dalam menjalankan manipulasi komunikasi dalam penipuan daring.

Kata kunci: Pragmatik, Tindak Tutur, Kesantunan, Implikatur, Penipuan Daring, Layanan Online

Sejarah Artikel:

Diterima 06-06-2025
Disetujui 07-06-2025
Diterbitkan 09-06-2025

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Br Pelawi, A., Aulia Hasanah, Nehemia Diah Kristalia Sianturi, Riva Amanda, & Reynaldi Hutapea. (2025). Kesantunan Berbahasa dan Tindak Tutur dalam Layanan E-Commerce: Pendekatan Pragmatik. CARONG: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora, 1(4), 799-806. <https://doi.org/10.62710/srseth37>



PENDAHULUAN

Pragmatik merupakan cabang linguistik yang mempelajari bahasa dalam konteks penggunaannya, terutama bagaimana makna ditentukan oleh situasi dan niat penutur. Yule (1996:3) menyatakan bahwa pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur dan ditafsirkan oleh pendengar. Artinya, pragmatik tidak hanya mengkaji makna literal, tetapi juga makna implisit, tindak tutur, kesantunan, dan konteks sosial yang memengaruhi komunikasi. Levinson (1983:9) juga menekankan bahwa pragmatik berurusan dengan prinsip-prinsip yang mengatur penggunaan bahasa dalam komunikasi aktual. Oleh karena itu, analisis pragmatik sangat penting dalam memahami bagaimana orang berkomunikasi secara efektif dalam berbagai konteks, termasuk dalam komunikasi digital.

Di era digital ini, komunikasi tidak lagi terbatas pada interaksi langsung, tetapi juga berlangsung melalui berbagai platform daring seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan situs e-commerce. Salah satu bentuk komunikasi daring yang paling intens terjadi dalam layanan pelanggan (customer service) di platform belanja online. Dalam konteks ini, pelanggan dan perwakilan layanan harus saling memahami meskipun berkomunikasi dalam ruang virtual tanpa ekspresi non-verbal. Hal ini menjadikan aspek pragmatik, seperti strategi kesantunan, implikatur, dan tindak tutur, sebagai unsur kunci dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan profesional (Cutting, 2002:6). Oleh karena itu, studi pragmatik dalam layanan daring menjadi relevan untuk mengungkap dinamika bahasa yang digunakan dalam interaksi digital.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan strategi pragmatik dalam komunikasi daring. Penelitian oleh Oktaviani dan Sunardi (2020) menemukan bahwa tindak tutur direktif mendominasi komunikasi antara pelanggan dan CS di aplikasi Gojek, dengan variasi strategi berdasarkan konteks keluhan. Sementara itu, Pratiwi (2020) meneliti implikatur dalam interaksi customer service WhatsApp dan menyimpulkan bahwa penggunaan makna tidak langsung dimaksudkan untuk menjaga kesopanan dan profesionalitas. Penelitian lain oleh Fauziah dan Hermawan (2022) pada layanan Shopee menemukan bahwa CS cenderung menggunakan strategi kesantunan negatif untuk menghindari konfrontasi. Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara komprehensif menggabungkan analisis tindak tutur, kesantunan, dan implikatur dalam layanan e-commerce di Indonesia, terutama dengan data percakapan aktual.

Penelitian ini tidak hanya membahas jenis tindak tutur yang digunakan, tetapi juga menelaah bagaimana strategi kesantunan diterapkan dan bagaimana implikatur muncul dalam konteks interaksi tersebut. Dengan fokus pada pelayanan e-commerce di Indonesia, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman pragmatik digital sekaligus menyuguhkan analisis bahasa yang sesuai dengan perkembangan zaman (Crystal, 2001:247). Dengan mempertimbangkan pesatnya perkembangan komunikasi digital dan kebutuhan akan layanan pelanggan yang efektif, penelitian ini menjadi sangat relevan dan memiliki nilai kebaruan. Penelitian ini tidak hanya memperkaya ilmu pragmatik, tetapi juga menjawab kebutuhan praktis dalam konteks komunikasi bisnis daring. Analisis ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan teori pragmatik dalam ranah digital serta memberikan solusi praktis untuk membangun komunikasi yang lebih efektif, sopan, dan efisien dalam interaksi layanan pelanggan online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk tindak tutur dan strategi kesantunan berbahasa yang digunakan dalam interaksi layanan pelanggan di platform Facebook. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap fenomena kebahasaan

secara mendalam dan kontekstual (Moleong, 2017). Sumber data dalam penelitian ini adalah akun resmi Facebook bernama Dwi Irhamna yang menjadi salah satu korban penipuan barang online.

Data yang dianalisis berupa percakapan antara pelanggan dan admin layanan pelanggan dalam percakapan online via whatsapp pada rentang waktu tertentu. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik dokumentasi dan simak catat, yakni dengan mengambil tangkapan layar (screenshot) dari interaksi yang memuat percakapan antara pelanggan dan admin. Serta mencatat semua tindak tutur dan ekspresi kesantunan yang muncul dalam interaksi tersebut. Data dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang meliputi reduksi data yaitu menyeleksi data relevan yang menunjukkan bentuk tindak tutur dan kesantunan berbahasa, penyajian data yaitu mengorganisasi data dalam bentuk narasi dan penarikan kesimpulan yaitu menafsirkan data dengan menggunakan teori tindak tutur (Austin, 1962; Searle, 1979) dan teori kesantunan Brown dan Levinson (1987).

LANDASAN TEORI

Penelitian ini berangkat dari kajian pragmatik yang menekankan pada hubungan antara bentuk bahasa dan konteks penggunaannya. Dalam konteks komunikasi layanan online shop, bahasa tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk melakukan tindakan sosial dan membangun relasi interpersonal. Oleh karena itu, dua teori pragmatik yang relevan digunakan sebagai landasan, yaitu teori tindak tutur dan teori kesantunan.

Teori tindak tutur dikemukakan oleh John R. Searle (1969) sebagai pengembangan dari gagasan awal J. L. Austin. Searle mengklasifikasikan tindak tutur ke dalam lima jenis utama, yakni: representatif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Tindak tutur representatif berfungsi untuk menyatakan sesuatu yang diyakini benar oleh penutur, sedangkan direktif bertujuan untuk memengaruhi perilaku mitra tutur. Tindak tutur komisif menunjukkan komitmen penutur terhadap suatu tindakan di masa depan. Tindak tutur ekspresif mencerminkan sikap atau perasaan penutur terhadap suatu situasi, sementara deklaratif memiliki kekuatan untuk mengubah status atau keadaan sosial melalui tuturan itu sendiri. Penggunaan tindak tutur ini mencerminkan fungsi pragmatis dari bahasa yang terwujud dalam interaksi verbal antara penyedia layanan dan pelanggan.

Selain teori tindak tutur, penelitian ini juga menggunakan teori kesantunan yang dikembangkan oleh Geoffrey Leech (1983). Teori ini menekankan pentingnya strategi linguistik yang digunakan untuk menjaga keharmonisan sosial dalam komunikasi. Leech merumuskan Prinsip Kesantunan (Politeness Principle) yang terdiri dari enam maksim: maksim kebijaksanaan (tact maxim), maksim kedermawanan (generosity maxim), maksim pujian (approbation maxim), maksim kerendahan hati (modesty maxim), maksim kesetujuan (agreement maxim), dan maksim simpati (sympathy maxim). Masing-masing maksim tersebut mendorong penutur untuk menyusun ujaran yang mempertimbangkan keuntungan mitra tutur, menghindari konflik, serta memperkuat hubungan sosial yang positif.

Kedua teori ini menjadi dasar dalam menganalisis wujud tindak tutur serta strategi kesantunan yang digunakan dalam interaksi layanan daring, baik dalam membangun relasi, menyampaikan informasi, maupun merespons keluhan pelanggan. Dengan memahami aspek pragmatik ini, dapat diidentifikasi bagaimana keberhasilan atau kegagalan komunikasi dipengaruhi oleh kesesuaian antara tuturan dan konteks sosialnya.

PEMBAHASAN

A. Konteks Kasus Penipuan dalam Layanan Belanja Online

Penelitian ini berangkat dari kasus penipuan daring yang menimpa seorang pengguna Facebook bernama Dwi Irhamna pada tanggal 12 Mei. Dalam unggahan Facebook-nya, korban menjelaskan bahwa ia tertipu oleh akun online shop yang bernama *@AmiyoTabletOfficialStore* yang menawarkan tablet belajar anak. Awalnya, korban diminta untuk mentransfer uang sebesar Rp150.000 sebagai uang muka. Setelah transfer dilakukan, muncul individu lain yang mengaku sebagai petugas bea cukai dan menyatakan bahwa barang tersebut ilegal. Korban kemudian ditekan untuk membayar uang tambahan sebesar Rp6.550.000 agar barang dapat diproses dan tidak disita.

Percakapan yang dianalisis merupakan interaksi antara korban dan dua pelaku berbeda yang berpura-pura menjadi penjual serta petugas bea cukai. Dalam komunikasi ini, pelaku menggunakan berbagai strategi bahasa yang sarat dengan muatan pragmatik untuk memanipulasi korban dan menciptakan ilusi kredibilitas. Oleh karena itu, analisis ini akan berfokus pada jenis tindak tutur yang dominan digunakan, strategi kesantunan, penggunaan implikatur, serta bagaimana unsur-unsur pragmatik tersebut memengaruhi keberhasilan atau kegagalan komunikasi dalam interaksi ini.

Dalam dunia digital yang semakin berkembang pesat, komunikasi antara penjual dan pembeli di platform daring tidak hanya dilihat dari sisi transaksional, melainkan juga dari sisi pragmatik. Fenomena penipuan dalam belanja online bukan hanya permasalahan sosial dan hukum, tetapi juga dapat dianalisis dari sudut linguistik, khususnya dalam kajian pragmatik. Seperti yang dijelaskan oleh Yule (1996), pragmatik tidak hanya mempelajari makna literal, tetapi juga bagaimana makna dikonstruksi melalui konteks dan niat komunikatif penutur. Oleh karena itu, setiap ujaran dalam percakapan daring memiliki potensi untuk dianalisis sebagai sebuah tindakan yang melampaui struktur bahasa.

Lebih lanjut, melalui pendekatan pragmatik, kita dapat memahami bagaimana bahasa digunakan secara strategis, baik untuk membangun kepercayaan maupun untuk memanipulasi. Penipuan daring sering kali berhasil karena pelaku menggunakan bahasa yang tampak logis, meyakinkan, bahkan sopan, namun sebenarnya sarat dengan maksud manipulatif. Penelitian ini menyoroti bagaimana pelaku penipuan memanfaatkan tindak tutur, strategi kesantunan, dan implikatur untuk mencapai tujuannya, serta bagaimana korban merespons dalam keterbatasan informasi dan tekanan emosional. Dengan berlandaskan teori tindak tutur Searle dan teori kesantunan Leech, analisis ini bertujuan untuk membongkar mekanisme linguistik yang bekerja dalam komunikasi penipuan daring.

1. Jenis Tindak Tutur yang Dominan

Dalam percakapan antara pelaku dan korban, jenis tindak tutur yang paling dominan digunakan adalah tindak tutur direktif dan komisif. Searle (1969) menyatakan bahwa tindak tutur direktif bertujuan agar pendengar melakukan suatu tindakan, sedangkan komisif menunjukkan komitmen penutur terhadap suatu tindakan di masa depan. Pelaku menggunakan tindak tutur direktif dalam bentuk perintah dan desakan, seperti pada ucapan: “Saya kasih waktu Ibu paling lambat 15 menit lagi untuk selesaikan” dan “Itu nomor rekening dan nominalnya saya tunggu transfernya paling lambat 10 menit dari sekarang.” Ini menunjukkan bagaimana pelaku memaksakan kehendaknya dengan mengarahkan korban untuk segera melakukan transfer uang.

Di sisi lain, tindak tutur komisif muncul saat pelaku meyakinkan korban tentang komitmennya untuk menyelesaikan transaksi. Contohnya adalah pernyataan, “Ini saldo saya ada 300 juta lebih kak ya Jadi kakak tidak perlu khawatir.” Ujaran ini merupakan bentuk tindak tutur komisif karena pelaku ingin menunjukkan

bahwa ia memiliki kapasitas dan komitmen finansial untuk menuntaskan urusan transaksi. Dalam konteks ini, komisif digunakan untuk menciptakan kesan kepercayaan dan tanggung jawab, walau sebenarnya fiktif. Dengan demikian, kedua jenis tindak tutur ini secara pragmatik digunakan untuk mengarahkan tindakan korban sesuai keinginan pelaku.

2. Strategi Kesantunan dalam Membangun Hubungan

Dalam interaksi ini, pelaku menggunakan strategi kesantunan negatif sebagaimana dijelaskan oleh Leech (1983) dan Brown & Levinson (1987). Kesantunan negatif bertujuan untuk tidak mengganggu kebebasan bertindak mitra tutur, namun dalam kasus ini, pelaku justru memanipulasi strategi tersebut untuk menyamarkan tekanan. Ucapan seperti “Kakak tolong usahakan dulu atau Kakak jujur aja kepada petugasnya dulu Kakak ada pegangan berapa biar petugasnya bisa bantu kakak” menunjukkan penggunaan maksim taktis (*tact maxim*), di mana pelaku berusaha terlihat tidak memaksa namun sebenarnya mengarahkan korban untuk memenuhi permintaan mereka.

Selain itu, pelaku juga menerapkan maksim kesetujuan (*agreement maxim*) untuk menjaga ilusi keharmonisan. Dalam pernyataan “Ya sudah Kak kita pasrah aja,” pelaku berusaha membangun empati palsu, menyiratkan bahwa mereka berada di pihak korban. Strategi ini bertujuan untuk menurunkan kewaspadaan korban dan mengaburkan niat manipulatif pelaku. Taktik ini sesuai dengan pengamatan Leech bahwa strategi kesantunan dapat digunakan untuk menciptakan kesan relasi sosial yang positif meskipun dengan maksud tersembunyi (Leech, 1983).

3. Penggunaan Bahasa Tidak Langsung dan Implikatur

Pelaku juga memanfaatkan penggunaan bahasa tidak langsung (*indirectness*) yang menciptakan implikatur untuk menyampaikan informasi sensitif. Grice (1975, dalam Yule, 1996) menyebut bahwa implikatur percakapan muncul saat penutur menyiratkan sesuatu daripada mengatakannya secara eksplisit. Ujaran seperti “Saya bisa transfer melalui mesin ATM setelah saya sampai di kota pukul 03.00 sore” mengimplikasikan bahwa pelaku memang berniat membayar tetapi mengalami kendala teknis, padahal itu hanyalah alasan untuk menunda dan menambah tekanan pada korban agar segera melakukan pembayaran.

Implikatur juga tampak dalam pernyataan “Karena di sini mau bantu tetapi m-banking saya lagi over limit harian.” Secara tersurat, pelaku tampak beritikad baik, namun implikasinya adalah bahwa korban harus segera menyelesaikan pembayaran jika ingin barangnya dikirim. Pelaku menciptakan situasi urgensi dan tekanan psikologis melalui bentuk ujaran yang seolah-olah sopan dan masuk akal, padahal sebenarnya bersifat manipulatif.

4. Keberhasilan atau Kegagalan Komunikasi dari Aspek Pragmatik

Dari segi keberhasilan komunikasi, pelaku cukup berhasil menyampaikan niatnya karena korban sempat percaya dan mentransfer sejumlah uang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pragmatik pelaku berjalan efektif dalam menciptakan ilusi profesionalisme dan urgensi. Namun, keberhasilan ini bersifat semu karena pada akhirnya korban menyadari adanya ketidakwajaran dan menyimpulkan bahwa itu adalah penipuan. Dalam konteks ini, kegagalan komunikasi bukan karena tidak tersampaikan pesan, tetapi karena pesan tersebut bertentangan dengan realitas sosial dan logika sehari-hari.

Kegagalan pragmatik dari sisi korban terjadi karena kurangnya kewaspadaan terhadap maksud tersembunyi dan strategi linguistik yang digunakan pelaku. Namun, korban juga menunjukkan usaha mempertanyakan keabsahan situasi melalui ucapan seperti “Gk ad yg pegang uang segitu banyak bg,” yang

merupakan bentuk resistensi terhadap tindak tutur direktif. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi pragmatis bersifat dinamis dan saling memengaruhi (Levinson, 1983).

Secara keseluruhan, interaksi dalam kasus ini menunjukkan bahwa pelaku penipuan menggunakan berbagai strategi pragmatik, mulai dari tindak tutur direktif dan komisif, strategi kesantunan negatif, hingga implikatur percakapan untuk mencapai tujuannya. Pendekatan pragmatik membantu kita memahami bahwa ujaran bukan sekadar kata-kata, tetapi mengandung maksud sosial, manipulatif, dan ideologis tertentu. Penggunaan bahasa dalam penipuan daring menjadi bukti nyata bahwa bahasa adalah alat kekuasaan dan kontrol sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kasus penipuan daring melalui layanan belanja online, aspek pragmatik memainkan peran krusial dalam memahami dinamika komunikasi antara pelaku dan korban. Analisis pragmatik terhadap percakapan yang terjadi mengungkapkan bahwa pelaku penipuan memanfaatkan berbagai strategi linguistik secara cermat dan manipulatif, seperti penggunaan tindak tutur direktif untuk memberikan perintah atau tekanan kepada korban, serta tindak tutur komisif untuk menciptakan kesan tanggung jawab dan kepercayaan. Selain itu, strategi kesantunan negatif yang tampak sopan namun menyesatkan digunakan untuk meredam resistensi korban, sementara penggunaan implikatur memungkinkan pelaku menyampaikan maksud tersembunyi secara tidak langsung namun tetap efektif.

Keberhasilan komunikasi dari sisi pelaku ditunjukkan oleh respons korban yang sempat mempercayai dan mengikuti instruksi mereka, meskipun pada akhirnya korban menyadari adanya kejanggalan. Sementara itu, kegagalan komunikasi dari sisi korban lebih banyak disebabkan oleh keterbatasan dalam menginterpretasi niat komunikatif pelaku yang disampaikan secara terselubung. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa komunikasi dalam ruang digital sangat rentan terhadap penyalahgunaan bahasa dan bahwa bahasa dapat menjadi alat kekuasaan untuk mengontrol dan mengeksploitasi lawan bicara.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar masyarakat lebih meningkatkan literasi pragmatik dalam komunikasi digital, terutama dalam konteks transaksi daring. Pemahaman terhadap tindak tutur, strategi kesantunan, dan implikatur dapat menjadi bekal penting untuk mendeteksi komunikasi yang bersifat manipulatif atau mencurigakan. Selain itu, platform e-commerce dan media sosial perlu menyediakan edukasi publik mengenai ciri-ciri komunikasi penipuan serta menyediakan sistem pelaporan yang lebih responsif terhadap keluhan pengguna.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan studi dengan membandingkan berbagai platform digital dan jenis layanan yang berbeda, agar diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai pola komunikasi penipuan daring. Penelitian juga dapat mengintegrasikan kajian pragmatik dengan aspek psikologi komunikasi untuk memahami dampak emosional dari strategi linguistik manipulatif terhadap korban. Dengan pendekatan yang lebih interdisipliner, diharapkan temuan yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam perlindungan konsumen di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford University Press.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cutting, J. (2002). *Pragmatics and Discourse: A Resource Book for Students*. London: Routledge.
- Fauziah, S., & Hermawan, R. (2022). Strategi Kesantunan Negatif dalam Layanan Chat Shopee: Kajian Pragmatik. *Jurnal Pragmatik dan Komunikasi*, 7(1), 55–67.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of pragmatics*. London: Longman.
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Oktaviani, D., & Sunardi, H. (2020). Tindak Tutur Direktif dalam Komunikasi Pelanggan dan Layanan Gojek. *Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 6(2), 73–86.
- Pratiwi, R. (2020). Implikatur Percakapan Customer Service di WhatsApp: Kajian Pragmatik. *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 5(2), 88–96.
- Putrayasa, I. B. (2014). Tindak Tutur Tidak Langsung dalam Perspektif Searle. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(1), 92.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.