Ghancaran
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
P-ISSN 2714-8955 | E-ISSN 2715-9132
https://ejournal.uinmadura.ac.id/index.php/ghancaran/index
https://doi.org/10.19105/ghancaran.v20i2.26571
OPEN ACCESS

RESEARCH ARTICLE

Pujian digital dalam *social commerce* etnis Madura: Strategi verbal dan multimodal dalam perspektif etnopragmatik siber

Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto[1]*, Liana Rochmatul Wachidah[2], Abdul Wafi[3], Rulisa Jovana Bahar[4], Bagus Cahyanto[5]

[1,2,3,4] UIN Madura, Pamekasan, Indonesia
[5]Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

***Corresponding Author**
aguspurnomo@uinmadura.ac.id

ABSTRAK
Dilatarbelakangi pergeseran praktik perdagangan dengan dimensi yang kompleks, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi verbal dan multimodal dalam pujian digital pada *social commerce* etnis Madura melalui perspektif etnopragmatik siber. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-interpretatif dengan pendekatan etnopragmatik siber. Data dikumpulkan dari interaksi pada empat akun TikTok yang aktif dalam aktivitas perdagangan digital, memiliki lebih dari 20.000 pengikut, dan teridentifikasi sebagai bagian dari komunitas etnis Madura. Sebanyak 265 tuturan ekspresif dikumpulkan selama Januari–Juli 2026. Setelah diseleksi berdasarkan kriteria pujian, diperoleh 24 tuturan yang dianalisis untuk mengidentifikasi strategi verbal, strategi multimodal melalui emotikon, dan fungsi pragmatik berdasarkan konteks interaksi sesuai kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi verbal pujian mencakup evaluasi positif, intensifikasi, testimoni pengalaman, pujian personal, serta ungkapan dukungan dan harapan. Sementara itu, emotikon berfungsi mengintensifkan evaluasi positif, mengekspresikan afeksi, menandai solidaritas, membangun keakraban, dan merepresentasikan respons emosional. Strategi verbal dan multimodal bekerja secara komplementer dalam membentuk makna pujian, memperkuat ekspresi apresiasi, dan memelihara hubungan interpersonal antara penjual dan konsumen. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan kajian etnopragmatik siber dengan memperlihatkan keterkaitan antara bentuk linguistik, simbol visual, fungsi pragmatik, dan konteks sosial budaya dalam interaksi perdagangan digital.
Kata Kunci: pujian digital; etnopragmatik siber; strategi verbal; multimodalitas; *social commerce*; etnis Madura.

ARTICLE HISTORY
Received: September 30, 2026
Accepted: October 28, 2026
Published: November 13, 2026

LICENSE
Copyright © 2026 The Author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) License.
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

How to Cite This Article
Putikadyanto, A.PA.dkk. (2026). Pujian digital dalam social commerce etnis Madura: Strategi verbal dan multimodal dalam perspektif etnopragmatik siber *Ghancaran: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Special Edition Lalongét VII, 563-584.https://doi.org/10.1905/ghancaran.v20i2.26571

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menggeser praktik perdagangan dari aktivitas yang semata-mata berorientasi pada transaksi menuju interaksi yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, teknologi, dan sosial (Van Veldhoven & Vanthienen, 2021; Yadav & Pavlou, 2019). *Social commerce* menjadi ruang digital tempat penjual dan konsumen tidak hanya melakukan transaksi, tetapi juga berkomunikasi melalui komentar, *reaction*, emoji, dan berbagai bentuk respons lainnya (Al-Adwan & Kokash, 2019; Policarpo et al., 2026). Dengan demikian, *social commerce* tidak sekadar berfungsi sebagai kanal pemasaran, tetapi juga sebagai ruang interaksi interpersonal tempat pengguna membangun relasi, mengekspresikan sikap, dan menegosiasikan makna melalui sumber daya linguistik dan multimodal (Kurniawan & Putikadyanto, 2026). Karakteristik tersebut menjadikan *social commerce* sebagai konteks yang relevan untuk mengkaji pragmatik digital, terutama bagaimana pengguna memanfaatkan bahasa dan berbagai sumber daya semiotik untuk mencapai tujuan komunikatif sekaligus membangun hubungan sosial dalam aktivitas perdagangan.

Salah satu praktik pragmatik yang tampak dalam interaksi tersebut adalah pujian, yaitu ekspresi evaluasi positif terhadap seseorang, tindakan, atau hasil karya yang tidak hanya menyampaikan apresiasi dan penghargaan secara linguistik, tetapi juga berfungsi membangun solidaritas serta memelihara hubungan interpersonal dalam komunikasi (Arlinda & Wulandari, 2026; Holmes, 2013; Jucker, 2009). Dalam konteks *social commerce*, pujian tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi apresiasi, tetapi juga dapat menjadi sumber daya interpersonal untuk membangun kedekatan, solidaritas, kepercayaan, dan citra positif antara penjual dan konsumen. Pilihan bentuk dan strategi pujian berkaitan dengan objek yang dipuji, tujuan komunikatif, hubungan sosial antarpeserta, serta konteks interaksi. Pujian dalam *social commerce* karena itu tidak cukup dipahami hanya berdasarkan struktur linguistiknya, tetapi perlu dianalisis berdasarkan fungsi pragmatik dan relasional yang dihasilkan dalam interaksi perdagangan digital (Jarrah et al., 2026). Perspektif ini menjadi semakin penting karena komunikasi digital memungkinkan pujian direalisasikan melalui sumber daya yang lebih beragam daripada tuturan verbal dalam interaksi tatap muka (Placencia & Lower, 2017). Pujian digital tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi apresiasi dalam interaksi social commerce, tetapi juga merepresentasikan strategi komunikasi verbal dan multimodal serta nilai-nilai sosial budaya.

Digitalisasi komunikasi selanjutnya memperluas cara pujian direalisasikan melalui berbagai sumber daya multimodal yang tersedia pada platform (Yus, 2011). Pengguna dapat

menyampaikan apresiasi melalui emoji atau emotikon, *reaction*, maupun kombinasi antara unsur verbal dan visual untuk memperkuat makna evaluatif dan afektif suatu pesan. Studi terdahulu menunjukkan adanya pujian *verbal-only*, *platform-only multimodal*, dan *mixed verbal–multimodal*, yang menunjukkan bahwa praktik pujian digital tidak lagi dapat dipisahkan dari karakteristik teknologis platform (Jarrah et al., 2026). Dalam konteks tersebut, bahasa, emoji, *reaction*, tanda baca, pengulangan, pemanjangan ortografi, dan sumber daya visual lainnya dapat bekerja secara simultan dalam membangun makna pujian. Dengan demikian, pujian digital perlu dipahami sebagai praktik pragmatik yang bersifat multimodal (Rahardi & Firdaus, 2024; Xie, 2025), ketika makna evaluatif dan afektif dihasilkan melalui keterkaitan berbagai sumber daya semiotik, bukan sekadar sebagai bentuk tertulis dari pujian dalam komunikasi luring.

Pemahaman mengenai pujian digital juga perlu memperhatikan bahwa praktik evaluasi positif tidak dimaknai secara seragam oleh seluruh komunitas tutur. Perspektif etnopragmatik Wierzbicka (1991) memandang tindak tutur sebagai praktik yang tertanam dalam sistem nilai lokal, sehingga kategori pragmatik tidak dapat dilepaskan dari cara komunitas tertentu mengonstruksi dan menafsirkan makna sosial. Dalam lingkungan digital, praktik pujian mengalami perluasan karena dipengaruhi oleh *platform affordances*, seperti visibilitas, persistensi, rangkaian komentar, tombol reaksi, emoji, stiker, dan metrik keterlibatan. Dainas & Herring (2021) menegaskan bahwa wacana yang dimediasi komputer dibentuk oleh interaksi antara praktik linguistik dan kemampuan teknologi, sedangkan Virtanen & Lee (2022) menunjukkan bahwa pengelolaan citra diri dalam lingkungan daring didistribusikan melalui sumber daya interaksional, sosial, dan spesifik platform. Sejalan dengan itu, penelitian mengenai pujian daring menunjukkan bahwa media sosial membentuk kembali bentuk dan kekuatan pragmatis pujian dengan menjadikannya semi-publik, persisten, dapat dicari, dan terbuka bagi khalayak yang lebih luas (Eslami & Yang, 2018; Maíz-Arévalo, 2017; Maíz-Arévalo & García-Gómez, 2013; Placencia et al., 2016; Placencia & Lower, 2017). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pujian digital merupakan praktik yang dibentuk secara simultan oleh pilihan komunikatif pengguna dan karakteristik lingkungan teknologi tempat interaksi berlangsung.

Multimodalitas menjadi salah satu aspek penting dalam pembentukan pujian digital tersebut. Pada platform media sosial, pengguna dapat memberikan pujian melalui *like*, reaksi cinta, emoji, stiker, GIF, tanda baca, pengulangan, dan pemanjangan ortografi, baik secara mandiri maupun dikombinasikan dengan tuturan verbal. Dainas & Herring (2021)menunjukkan bahwa emoji melakukan kerja pragmatis dengan mengindeks sikap,

emosi, dan orientasi relasional, sedangkan Zappavigna & Logi (2021) menjelaskan bahwa emoji berkontribusi terhadap afiliasi melalui penyelarasan afektif pengguna. Perspektif ini diperkuat oleh Konrad et al. (2020), yang memperlakukan emoji, stiker, GIF, dan tanda visual terkait sebagai sumber daya yang saling berhubungan dalam komunikasi afektif dan interpersonal digital. Oleh karena itu, sumber daya multimodal tidak semata-mata berfungsi sebagai ornamen atau penguat pujian verbal, tetapi dapat menjadi bagian integral dari realisasi tindakan pujian itu sendiri. Dalam konteks budaya tertentu, pujian juga dapat menjalankan fungsi sosial yang lebih luas, seperti menjaga kesopanan, membangun timbal balik, menunjukkan rasa hormat, dan mempertahankan harmoni sosial (Farghal & Al-Khatib, 2001; Nelson et al., 1996).

Hubungan antara *platform affordances*, multimodalitas, dan nilai budaya tersebut menunjukkan bahwa pujian digital tidak berlangsung dalam ruang sosial yang bebas konteks (Jarrah et al., 2026). Meskipun platform digital menyediakan fitur komunikasi yang relatif global, cara pengguna memanfaatkan fitur tersebut tetap dipengaruhi oleh norma, nilai, identitas, dan kebiasaan komunikasi komunitas tertentu (Putikadyanto, Soepardjo, et al., 2025; Putikadyanto, Suhartono, et al., 2025). Studi pada pengguna Facebook Jordanian, misalnya (Jarrah et al., 2026), menunjukkan bahwa praktik pujian terbentuk melalui pertemuan antara *platform affordances* dan norma budaya lokal, termasuk penggunaan ekspresi keagamaan seperti *masha Allah* dan *tabarak Allah* sebagai bagian dari pengelolaan pujian dalam interaksi digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa teknologi menyediakan sumber daya komunikasi, tetapi makna sosial dari sumber daya tersebut dibentuk melalui praktik dan interpretasi komunitas penggunanya. Dengan demikian, kajian pujian digital perlu bergerak dari pertanyaan mengenai bentuk apa yang digunakan menuju pertanyaan mengenai bagaimana bentuk tersebut digunakan dan dimaknai dalam konteks sosial-budaya tertentu.

Kebutuhan untuk menghubungkan dimensi digital dan budaya tersebut dapat dijelaskan melalui kerangka Etnopragmatik siber. Etnopragmatik siber merupakan pendekatan interdisipliner yang mengintegrasikan perspektif etnografi, pragmatik, dan komunikasi digital untuk memahami penggunaan bahasa di ruang siber berdasarkan konteks budaya penuturnya (Putikadyanto, Suhartono, et al., 2025). Pendekatan ini berangkat dari asumsi bahwa praktik komunikasi digital tidak dapat dipisahkan dari nilai budaya, identitas etnis, norma sosial, dan pengalaman kolektif pengguna bahasa. Dalam komunikasi daring, makna tuturan tidak hanya dibentuk oleh konteks virtual dan *internal context*, tetapi juga oleh cara suatu komunitas budaya memaknai kesantunan, ketegasan,

solidaritas, dan konflik (Yus, 2011, 2017). Dalam perspektif pragmatik siber, penggunaan bahasa di internet dan media sosial menempatkan konteks virtual sebagai komponen penting dalam produksi makna (Safont, 2024; Yus, 2011, 2023), sedangkan interaksi digital berlangsung secara dinamis, multimodal, dan partisipatif (Chovanec & Vásquez, 2025; Sampietro & Pérez-Sabater, 2025). Komunikasi di ruang siber juga bersifat plurisentris karena melibatkan banyak partisipan dan khalayak yang turut berkontribusi dalam pembentukan konteks dan makna. Oleh karena itu, etnopragmatik siber menyediakan kerangka untuk menjelaskan bagaimana sumber daya bahasa dan multimodal dalam ruang digital tidak hanya digunakan untuk menyampaikan maksud komunikatif, tetapi juga untuk merepresentasikan, menegosiasikan, dan mempertahankan identitas serta norma sosial-budaya komunitas tertentu.

Kerangka tersebut relevan untuk mengkaji praktik pujian dalam *social commerce* etnis Madura karena interaksi perdagangan digital merupakan ruang tempat aktivitas ekonomi dan hubungan sosial berlangsung secara bersamaan (Rahman, 2026). Dalam komunitas Madura, praktik komunikasi digital berpotensi membawa nilai dan norma sosial-budaya ke dalam interaksi berbasis platform, termasuk melalui pilihan bentuk sapaan, ungkapan apresiasi, intensitas evaluasi, serta penggunaan emoji atau emotikon. Namun, bagaimana sumber daya tersebut digunakan sebagai strategi pujian dan bagaimana makna sosial-budayanya dikonstruksi dalam interaksi *social commerce* belum memperoleh perhatian yang memadai. Kajian terhadap pujian etnis Madura menjadi penting bukan untuk mengasumsikan bahwa seluruh pengguna Madura memiliki pola komunikasi yang seragam, melainkan untuk mengidentifikasi pola-pola pragmatik yang muncul dalam data dan menjelaskan keterkaitannya dengan konteks budaya yang relevan. Dengan perspektif etnopragmatik siber, pujian dapat dianalisis sebagai tindakan komunikatif yang mempertemukan evaluasi positif, relasi interpersonal, sumber daya multimodal, *platform affordances*, dan konteks sosial-budaya (Jarrah et al., 2026).

Meskipun penelitian mengenai pujian digital telah berkembang dengan menyoroti bentuk verbal, multimodalitas, *platform affordances*, dan pengaruh budaya, masih terdapat ruang penelitian untuk mengintegrasikan keempat dimensi tersebut dalam konteks *social commerce* etnis Madura. Penelitian terdahulu telah menelaah persoalan kesantunan (Wardani et al., 2025) dan ketidaksantunan dalam interaksi perdagangan digital (Firnanda et al., 2025) serta penggunaan emoji (Firnanda et al., 2026) dalam komunikasi *social commerce* Madura. Kajian mengenai kesantunan dan ketidaksantunan membantu menjelaskan bagaimana pengguna mengelola hubungan interpersonal melalui pilihan

komunikatif, sedangkan kajian tentang emoji memperlihatkan pentingnya sumber daya visual dalam pembentukan makna interaksi digital. Namun, kedua fokus tersebut belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana tuturan ekspresif, khususnya pujian, direalisasikan melalui strategi verbal dan multimodal, fungsi pragmatik apa yang dijalankannya, serta bagaimana kedua strategi tersebut saling berkaitan dalam konteks sosial budaya perdagangan digital etnis Madura. Pujian perlu dikaji secara khusus karena tidak setiap tuturan ekspresif merupakan pujian dan tidak setiap penggunaan emoji secara otomatis merealisasikan tindakan memuji. Identifikasi pujian memerlukan analisis terhadap bentuk evaluasi, konteks kemunculan, objek yang dievaluasi, dan fungsi komunikatifnya. Kesenjangan ini menempatkan pujian digital sebagai fokus yang berbeda dari kajian kesantunan, ketidaksantunan, ataupun penggunaan emoji secara umum.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pujian verbal dan strategi pujian multimodal melalui emoji atau emotikon dalam *social commerce* etnis Madura. Analisis diarahkan pada tiga aspek yang saling berkaitan, yaitu strategi realisasi pujian, fungsi pragmatik sumber daya verbal dan multimodal, serta keterkaitan strategi tersebut dengan konteks sosial-budaya dalam perspektif etnopragmatik siber. Penelitian ini tidak hanya berupaya mengidentifikasi bagaimana pujian direalisasikan, tetapi juga menjelaskan bagaimana pengguna memanfaatkan sumber daya linguistik dan multimodal yang disediakan platform untuk membangun apresiasi, afiliasi, solidaritas, kepercayaan, dan relasi interpersonal dalam interaksi perdagangan digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris melalui dokumentasi praktik pujian dalam komunitas digital Madura, kontribusi teoretis melalui pengembangan penerapan etnopragmatik siber pada tindak tutur ekspresif multimodal, serta kontribusi konseptual melalui pemahaman mengenai hubungan antara bahasa, multimodalitas, teknologi, dan budaya dalam praktik komunikasi *social commerce*.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif-interpretatif dengan kerangka etnopragmatik siber untuk mengkaji strategi pujian digital dalam interaksi *social commerce* etnis Madura. Desain kualitatif dipilih karena penelitian berorientasi pada pemahaman mendalam terhadap strategi, fungsi pragmatik, dan makna sosial pujian berdasarkan konteks penggunaannya dalam komunikasi digital (Putikadyanto, Suhartono, et al., 2025). Kerangka etnopragmatik siber digunakan untuk menghubungkan praktik penggunaan bahasa di ruang siber dengan konteks sosial-budaya masyarakat Madura, termasuk nilai,

norma, relasi sosial, dan cara komunitas menegosiasikan identitas melalui interaksi digital (Putikadyanto & Setiadi, 2026; Wierzbicka, 1991). Data penelitian bersumber dari interaksi *social commerce* pada platform TikTok selama Januari–Juli 2026, dengan fokus pada realisasi tindak tutur pujian dalam bentuk strategi pujian verbal dan multimodal.

Partisipan penelitian dari empat akun TikTok, yaitu @ADE***al, @Ha***Er, @ba***ir, dan @🌷FI***A🌷. Pemilihan akun didasarkan pada tiga kriteria, yaitu (1) aktif melakukan aktivitas *social commerce*, (2) memiliki lebih dari 20.000 pengikut, dan (3) pemilik akun berasal dari etnis Madura berdasarkan informasi identitas atau konteks sosial-budaya yang dapat dipertanggungjawabkan. Dari keempat akun tersebut diperoleh 265 tuturan ekspresif yang kemudian diseleksi untuk mengidentifikasi tuturan yang merealisasikan pujian sesuai kriteria Jarrah et al. (2026). Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahap sesuai kerangka Miles & Huberman (2018), yaitu: (1) mengamati interaksi pada konten *social commerce* keempat akun selama periode penelitian; (2) mengidentifikasi tuturan ekspresif; (3) menyeleksi tuturan yang mengandung tindakan memuji; (4) mendokumentasikan tuturan beserta konteks digitalnya, seperti konten yang ditanggapi, komentar, respons partisipan, reaksi, dan emoji atau emotikon,; (5) mengorganisasikan data berdasarkan strategi realisasi pujian, serta (6) Menginterpretasikan strategi tuturan dengan budaya Madura.

Analisis data dilakukan secara induktif dan interpretatif melalui tahap reduksi data, pengodean, kategorisasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 2018). Data pujian diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk utama, yaitu pujian verbal, pujian multimodal, dan pujian verbal–multimodal. Pujian verbal dianalisis berdasarkan pilihan leksikal, struktur tuturan, evaluasi positif, dan intensifikasi, sedangkan pujian multimodal dianalisis berdasarkan fungsi emoji, emotikon, reaction, serta kombinasi tanda verbal dan visual. Selanjutnya, data diinterpretasikan berdasarkan fungsi pragmatik dan konteks sosial-budaya Madura dengan mempertimbangkan konteks virtual, relasi antarpeserta, platform affordances, serta nilai dan norma budaya yang relevan. Aspek *ethical consideration* diterapkan dengan menggunakan data yang tersedia secara publik pada TikTok, membatasi penggunaan data pada kepentingan akademik, tidak mengungkap informasi pribadi yang tidak relevan, serta melakukan anonimisasi terhadap identitas pengguna atau informasi sensitif ketika data ditampilkan dalam laporan penelitian. Dokumentasi data juga dilakukan secara proporsional agar tidak mengekspos informasi di luar kebutuhan analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa pujian digital dalam *social commerce* etnis Madura menggunakan strategi verbal dan emotikon untuk menyampaikan penilaian positif. Strategi tersebut meliputi evaluasi positif, intensifikasi, testimoni pengalaman, pujian terhadap atribut personal, serta dukungan dan harapan. Kelima pola ini berfungsi tidak hanya untuk mengungkapkan apresiasi, tetapi juga membangun kepercayaan dan menjaga kedekatan antara penjual dan konsumen (Jarrah et al., 2026). Sintesis Strategi verbal pujian digital penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Pola Strategi	Realisasi Data	Fungsi
Evaluasi positif	*mantul, endul, best, bagus, juara, lucu*	Menilai objek secara positif
Intensifikasi	*banget, buanget*, pemanjangan huruf	Memperkuat daya ekspresif pujian
Pengalaman/testimoni	*baru pake 3 hari*, *sudah mau habis 1 botol*, *hasilnya*	Membangun kredibilitas dan kepercayaan
Pujian atribut personal	cantik, langsing, lucu, pakaian bagus	Membangun *personal branding* dan kedekatan
Dukungan/harapan	sehat, sukses, tetap menyala	Menunjukkan perhatian, solidaritas, dan relasi sosial

Tabel 1. Sintesis Strategi Verbal Pujian Digital dalam *Social Commerce* Etnis Madura

Strategi verbal pujian digital dalam *social commerce* etnis Madura direalisasikan melalui lima pola utama, yaitu evaluasi positif, intensifikasi, pengalaman atau testimoni, pujian terhadap atribut personal, serta dukungan dan harapan. Evaluasi positif ditandai oleh penggunaan leksikon seperti *mantul, endul, best*, *bagus,* dan *juara* untuk menyatakan penilaian positif terhadap produk, layanan, atau individu. Daya ekspresif pujian diperkuat melalui kata intensifier seperti *banget* dan *buanget*, serta pemanjangan huruf yang menunjukkan penekanan emosional dalam komunikasi digital. Sementara itu, ungkapan pengalaman seperti *baru pake 3 hari, sudah mau habis 1 botol,* dan *hasilnya* menghadirkan pengalaman personal sebagai dasar penilaian. Penggunaan bahasa tersebut memperlihatkan bahwa pujian digital tidak hanya berorientasi pada penyampaian apresiasi, tetapi juga dapat berfungsi sebagai testimoni yang membantu membangun kredibilitas produk dan kepercayaan calon konsumen (Moran et al., 2014).

Pola pujian lainnya diarahkan pada atribut personal dan hubungan interpersonal melalui ungkapan *seperti cantik, langsing, lucu*, serta penilaian terhadap pakaian yang dianggap bagus. Strategi ini memperluas objek pujian dari produk menuju penampilan dan

kepribadian individu, sehingga berpotensi memperkuat *personal branding* serta membangun kedekatan antara penjual dan konsumen. Selain itu, ungkapan *sehat, sukses,* dan *tetap menyala* menunjukkan bahwa pujian dapat diwujudkan melalui dukungan dan harapan yang melampaui evaluasi terhadap produk atau penampilan. Secara pragmatik, ungkapan tersebut merepresentasikan perhatian terhadap mitra tutur sekaligus membantu memelihara hubungan sosial dalam interaksi perdagangan digital (Sumarlam et al., 2025). Kelima pola tersebut menegaskan bahwa strategi verbal pujian memiliki fungsi yang beragam, mulai dari evaluasi dan penguatan penilaian hingga pembentukan kepercayaan serta pemeliharaan relasi interpersonal. Namun, pemaknaan pola-pola tersebut dalam perspektif etnopragmatik siber perlu mempertimbangkan konteks interaksi dan bukti kebahasaan yang tersedia agar fungsi pujian tidak dilepaskan dari situasi komunikasi yang melatarbelakanginya.

Selanjutnya, strategi multimodal dalam pujian digital ditandai oleh penggunaan emotikon yang melengkapi dan memperkuat makna tuturan verbal (Yus, 2011). Pola tersebut meliputi penguatan evaluasi positif, ekspresi afeksi, dukungan dan solidaritas, humor dan keakraban, serta respons emosional. Sintesis strategi multimodal pujian digital dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Pola Strategi Multimodal	**Data Emotikon**	**Fungsi**
Penguatan evaluasi positif	😇 🤩 👍	Mengintensifkan pujian terhadap produk/hasil
Ekspresi afeksi	😇	Menunjukkan rasa suka dan keterikatan emosional
Dukungan dan solidaritas	💪 🙏 😇	Menunjukkan dukungan, perhatian, dan penghargaan
Humor dan keakraban	🤣	Membangun suasana santai dan relasi interpersonal
Respons emosional	😭	Menandai intensitas respons terhadap evaluasi

Tabel 2. Sintesis Strategi Multimodal Pujian Digital dalam *Social Commerce* Etnis Madura

Selain memperkuat evaluasi positif, emotikon juga menjalankan fungsi interpersonal melalui ekspresi dukungan, humor, keakraban, dan respons emosional. Emotikon 💪, 🙏, dan 😇 menandai dukungan, perhatian, serta penghargaan, sedangkan 🤣 membangun suasana santai dan menunjukkan keakraban dalam interaksi. Sementara itu, emotikon 😭 merepresentasikan respons emosional yang intens. Variasi fungsi tersebut menunjukkan bahwa strategi multimodal dalam pujian digital tidak terbatas pada penguatan penilaian terhadap produk, tetapi juga berkontribusi dalam membangun dan memelihara relasi

interpersonal antara penjual dan konsumen (Sumarlam et al., 2025). Dalam perspektif etnopragmatik siber, fungsi emotikon perlu dipahami berdasarkan keterkaitannya dengan tuturan verbal dan konteks interaksi, bukan semata-mata berdasarkan makna simboliknya secara terpisah.

Evaluasi Positif dan Intensifikasi Multimodal

Pujian verbal dalam *social commerce* etnis Madura dapat direalisasikan melalui penggunaan leksikon evaluatif yang menyatakan penilaian positif terhadap produk. Salah satu bentuk yang muncul dalam data adalah kata *mantul*, yang digunakan untuk mengungkapkan apresiasi terhadap kualitas dan kecocokan produk berdasarkan pengalaman konsumen yang dapat dilihat pada data berikut.

> Mb*k k*y:emg bnar *mantul* ma dr sekian bxak cream Bru kali ini yg cucoooooookkkk pkox k aku ma..... prubahanx nampak (Tiktok Shop dalam akun @🌷F*RDA🌷 15 April 2026)

Dalam data komentar akun @🌷F*RDA🌷 pada 15 April 2026, penutur menyatakan, “mantul ma dr sekian bxak cream Bru kali ini yg cucoooooookkk….” Kata *mantul* berfungsi sebagai evaluasi positif yang menegaskan kepuasan penutur terhadap produk krim yang digunakan. Makna evaluatif tersebut diperkuat oleh pernyataan bahwa produk kali ini cocok dan menunjukkan perubahan yang terlihat, sehingga pujian tidak berdiri sendiri, tetapi didukung oleh pengalaman personal penutur. Pemanjangan huruf dalam kata *cucoooooookkkk* turut menandai penekanan ekspresif terhadap kecocokan produk. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pujian verbal menggabungkan leksikon evaluatif dan penjelasan pengalaman untuk menyampaikan apresiasi sekaligus memperkuat kesan positif terhadap produk.

Penggunaan kata mantul dapat dipahami sebagai strategi evaluasi positif yang menyampaikan sikap penutur terhadap objek pujian secara langsung dan informal. Dalam konteks *social commerce*, pujian tersebut juga berpotensi berfungsi sebagai testimoni yang membantu membangun kepercayaan calon konsumen karena penilaian disertai keterangan tentang kecocokan dan perubahan yang dirasakan. Temuan ini sejalan dengan kajian pujian yang memandang tuturan evaluatif sebagai sarana untuk menyatakan apresiasi sekaligus menjalankan fungsi interpersonal dalam interaksi sosial (Xie, 2025). Pujian yang disampaikan secara lugas dan disertai penegasan pengalaman personal ini dapat diinterpretasikan sebagai bentuk apresiasi terbuka terhadap manfaat produk (Dartiningsih, 2022). Berdasarkan temuan, analisis pujian digital perlu memperhatikan hubungan antara

pilihan leksikal, pengalaman yang dinyatakan penutur, dan konteks agar fungsi evaluatif pujian dapat dipahami secara lebih utuh.

Selanjutnya, intensifikasi multimodal dalam pujian digital ditandai oleh penggunaan emotikon yang memperkuat penilaian positif dalam tuturan verbal. Strategi ini tidak hanya menyampaikan apresiasi terhadap produk, tetapi juga menegaskan intensitas rasa suka penutur melalui kombinasi pilihan kata dan simbol visual. Salah satu realisasi strategi tersebut ditemukan dalam komentar konsumen pada akun TikTok Fe***a Ki***en berikut.

> "Pantes bikin ngiler, ternyata Feeya Kitchen, kalau Feeya Kitchen mah enaakk2 semuaaa 😍😍😍😍 mulai dr frozen, pudding, dessert, sambel dan masakannya juaraaa toyyibb 👍" (TikTok Shop akun @ba***ir, 31 Maret 2026).

Dalam data tersebut, pujian direalisasikan melalui ungkapan verbal *enaakk2 semuaaa* dan *masakannya juaraaa toyyibb* yang menunjukkan penilaian positif terhadap beragam produk Fe***a Ki***en. Pemanjangan huruf pada kata *enaakk2* dan *juaraaa* memperkuat penekanan ekspresif, sedangkan empat emotikon 😍 menandai rasa suka dan kekaguman terhadap produk yang disebutkan. Emotikon 👍 pada akhir tuturan mempertegas evaluasi positif tersebut. Kombinasi unsur verbal dan emotikon memperlihatkan bahwa intensifikasi pujian tidak hanya dibangun melalui kata-kata, tetapi juga melalui pengulangan simbol visual. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi multimodal memungkinkan penutur menyampaikan apresiasi secara lebih ekspresif sekaligus menonjolkan kualitas produk yang menjadi objek pujian (Sumarlam et al., 2025).

Penggunaan emotikon dalam data tersebut dapat dipahami sebagai sumber daya pragmatik yang melengkapi dan mengintensifkan makna evaluatif tuturan verbal. Dalam konteks *social commerce*, kombinasi ungkapan pujian, pemanjangan huruf, dan emotikon berpotensi memperkuat daya persuasif komentar karena penilaian positif disampaikan secara eksplisit dan ekspresif. Selain itu, penyebutan berbagai jenis produk, seperti frozen, pudding, dessert, dan sambal, memperluas cakupan evaluasi positif terhadap F***a K***n. Penyebutan beragam produk disertai pujian yang ekspresif dapat dimaknai sebagai praktik apresiasi yang berpotensi mencerminkan pentingnya keakraban, kepercayaan, dan hubungan sosial dalam aktivitas perdagangan masyarakat Madura (Dartiningsih, 2022). Temuan ini mengimplikasikan bahwa analisis pujian digital perlu mempertimbangkan keterkaitan antara pilihan leksikal, bentuk grafis, dan emotikon untuk memahami intensitas serta fungsi evaluasi dalam komunikasi perdagangan daring.

Testimoni Pengalaman dan Ekspresi Afektif

Testimoni pengalaman merupakan salah satu strategi pujian verbal dalam *social commerce* yang didasarkan pada pengalaman penggunaan produk oleh konsumen. Strategi ini ditandai oleh penyampaian hasil yang dirasakan penutur setelah menggunakan produk, sehingga pujian tidak hanya berupa penilaian positif, tetapi juga memuat pengalaman personal sebagai dasar evaluasi. Bentuk pujian tersebut dapat dilihat pada data komentar berikut.

> "aku baru pake 3hr alhamdulillah hasilx buat aku melongo… kayak sulap" (TikTok Shop dalam akun @ADE***al).

Dalam data tersebut, penutur menyampaikan pengalaman menggunakan produk skincare yang dipromosikan oleh Mbak Adel. Frasa baru pake *3hr* menunjukkan durasi penggunaan produk yang relatif singkat, sedangkan ungkapan *hasilx buat aku melongo* mengindikasikan rasa takjub terhadap hasil yang dirasakan. Perbandingan kayak sulap memperkuat ekspresi tersebut dengan menggambarkan hasil yang dianggap mengejutkan oleh penutur. Sementara itu, kata alhamdulillah mengawali pernyataan pengalaman dengan ungkapan syukur. Temuan ini menunjukkan bahwa pujian verbal berbentuk testimoni dibangun melalui penyebutan durasi penggunaan, evaluasi terhadap hasil, dan ungkapan afektif yang menegaskan kesan positif konsumen terhadap produk (Sumarlam et al., 2025).

Testimoni tersebut berfungsi sebagai bentuk evaluasi positif yang berlandaskan pengalaman personal penutur. Penyebutan durasi penggunaan dan hasil yang dirasakan dapat memberikan informasi kepada calon konsumen, sedangkan ungkapan melongo dan kayak sulap memperkuat daya ekspresif pujian dengan menonjolkan rasa takjub. Dalam konteks *social commerce*, perpaduan pengalaman dan ekspresi afektif berpotensi meningkatkan daya persuasif komentar karena penilaian positif disampaikan sebagai pengalaman yang dialami sendiri, bukan sekadar pernyataan umum tentang kualitas produk. Ungkapan syukur *alhamdulillah* yang menyertai testimoni pengalaman tersebut dapat diinterpretasikan sebagai bentuk ekspresi religius yang selaras dengan nilai kesyukuran dalam kehidupan sosial masyarakat Madura, sekaligus membingkai kepuasan terhadap produk sebagai pengalaman yang disyukuri (Dartiningsih, 2022). Implikasi temuan ini adalah bahwa analisis pujian digital perlu memperhatikan hubungan antara informasi pengalaman, pilihan leksikal evaluatif, dan ekspresi emosional untuk menjelaskan bagaimana testimoni berfungsi dalam membangun persepsi positif terhadap produk. Namun, data ini menunjukkan persepsi subjektif penutur dan tidak dengan sendirinya membuktikan efektivitas produk secara objektif.

Strategi pujian multimodal dalam *social commerce* dapat diwujudkan melalui penggunaan emotikon yang menyertai testimoni pengalaman konsumen. Emotikon berfungsi melengkapi tuturan verbal dengan merepresentasikan perasaan penutur terhadap produk yang digunakan. Strategi ekspresi afektif tersebut tampak pada komentar konsumen di akun TikTok @🌷FI***A🌷 berikut.

> "🥰 jatuh cinta bnget sama cream dayoni baru seminggu pemakean sudah ada hasilnya mksih bak Firda" (TikTok Shop dalam akun @🌷FI***A🌷, 30 Januari 2026).

Tuturan tersebut disampaikan oleh konsumen yang mengungkapkan kepuasan terhadap hasil penggunaan produk cream dayoni setelah satu minggu pemakaian. Ungkapan jatuh cinta bnget merepresentasikan rasa suka yang kuat terhadap produk, sedangkan pernyataan baru seminggu pemakean sudah ada hasilnya memberikan alasan yang mendasari penilaian positif tersebut. Emotikon 🥰 yang ditempatkan pada awal tuturan memperkuat ekspresi afektif dengan menandai rasa suka dan keterikatan emosional penutur terhadap produk. Ungkapan mksih bak Firda juga menunjukkan apresiasi kepada penjual. Temuan ini memperlihatkan bahwa ekspresi afektif dalam pujian digital dibangun melalui keterkaitan antara emotikon, ungkapan emosional, testimoni pengalaman, dan ucapan terima kasih (Sumarlam et al., 2025).

Dalam tuturan di atas, emotikon 🥰 berfungsi sebagai sumber daya multimodal yang memperkuat sikap positif penutur terhadap produk sekaligus melengkapi makna pujian verbal. Dalam konteks *social commerce*, perpaduan ekspresi afektif dan testimoni pengalaman berpotensi membangun persepsi positif calon konsumen karena penutur tidak hanya menyatakan rasa suka, tetapi juga menghubungkannya dengan hasil penggunaan produk. Ucapan terima kasih kepada penjual turut memperlihatkan dimensi interpersonal pujian, yakni penyampaian apresiasi yang dapat membantu memelihara hubungan antara konsumen dan penjual. Penggunaan emotikon 🥰 yang menyertai ungkapan rasa suka dan ucapan terima kasih tersebut dapat diinterpretasikan sebagai bentuk ekspresi afeksi dan penghargaan yang selaras dengan pentingnya keakraban serta pemeliharaan hubungan sosial dalam praktik perdagangan masyarakat Madura (Dartiningsih, 2022). Implikasi temuan ini adalah bahwa analisis pujian digital perlu memperhatikan hubungan antara simbol visual, ungkapan afektif, dan informasi pengalaman untuk memahami bagaimana pujian membentuk makna evaluatif sekaligus relasi sosial dalam komunikasi perdagangan daring. Namun, sebagaimana data testimoni verbal, ekspresi kepuasan ini

merepresentasikan pengalaman subjektif konsumen dan tidak secara langsung membuktikan efektivitas produk secara objektif.

Pujian Personal dan Pembangunan Kedekatan

Pujian personal dalam *social commerce* dapat diwujudkan melalui tuturan yang memberikan penilaian positif terhadap penampilan atau atribut individu. Strategi ini tidak hanya berfungsi untuk mengungkapkan apresiasi kepada orang lain, tetapi juga berpotensi membangun kedekatan interpersonal melalui interaksi yang bersifat personal dan informal. Salah satu bentuk pujian personal tersebut ditemukan dalam komentar pada akun TikTok @ADE***al berikut.

"+cantik banget kau nak Del aduh" (TikTok dalam akun @ADE***al, penutur: @Queen ofertin).

Dalam data tersebut, penutur menyampaikan pujian kepada pemilik video melalui ungkapan cantik banget. Kata cantik menjadi inti evaluasi positif terhadap penampilan individu, sedangkan kata banget berfungsi sebagai intensifier yang memperkuat tingkat pujian. Sapaan *nak Del* dan interjeksi aduh memberikan nuansa personal dan ekspresif pada tuturan. Kombinasi unsur tersebut menunjukkan bahwa pujian disampaikan secara langsung dengan gaya bahasa informal yang menonjolkan apresiasi terhadap individu. Berdasarkan data yang tersedia, fokus utama pujian terletak pada penampilan pemilik video, bukan secara eksplisit pada pakaian yang dikenakannya. Temuan ini memperlihatkan bahwa pujian personal dapat direalisasikan melalui evaluasi atribut individu yang diperkuat oleh intensifikasi dan penanda ekspresif (Sumarlam et al., 2025).

Tuturan tersebut berfungsi sebagai tindak tutur ekspresif yang menyampaikan kekaguman terhadap penampilan orang lain. Penggunaan ungkapan cantik banget memperjelas evaluasi positif, sementara sapaan personal *nak Del* menciptakan kesan interaksi yang lebih akrab. Dalam konteks *social commerce*, pujian terhadap penampilan pemilik akun berpotensi mendukung pembentukan personal branding, terutama ketika figur pemilik akun menjadi bagian dari komunikasi dan promosi di media sosial. Selain itu, pujian semacam ini dapat membantu memelihara interaksi sosial antara pengguna melalui pengakuan dan apresiasi personal. Sapaan personal *nak Del* yang disertai pujian langsung dapat diinterpretasikan sebagai strategi membangun keakraban dan menunjukkan perhatian interpersonal yang berpotensi selaras dengan nilai kekeluargaan dalam kehidupan sosial masyarakat Madura (Dartiningsih, 2022). Implikasi temuan ini adalah bahwa analisis pujian digital perlu memperhatikan bukan hanya objek yang dipuji, tetapi

juga pilihan sapaan, intensifikasi, dan penanda ekspresif yang membentuk kedekatan interpersonal. Meskipun demikian, kedekatan yang tercipta tidak dapat dipastikan hanya berdasarkan satu tuturan, melainkan perlu dipahami dengan mempertimbangkan konteks interaksi yang lebih luas.

Selanjutnya, pujian multimodal dalam *social commerce* tidak hanya diwujudkan melalui penilaian positif terhadap individu, tetapi juga melalui ungkapan doa dan dukungan yang disertai emotikon. Strategi ini memperlihatkan bagaimana sumber daya verbal dan visual digunakan untuk menyampaikan perhatian sekaligus membangun kedekatan antara pengikut dan kreator konten. Bentuk pujian multimodal tersebut tampak pada interaksi di akun TikTok @🌷FI***A🌷 berikut.

> "Ha***ah Tus***ah: lebur Sarah engkok kkh bak Mander slalu sehat kkh bak sukses slalu dan tetap menyala 💪💪💪"
> @🌷FI***A🌷: "Amin terima kasih banyak ya syg 🙏🥰" (TikTok dalam akun @🌷FI***A🌷, 15 April 2026).

Tuturan tersebut memperlihatkan dukungan personal dari pengikut kepada penjual melalui ungkapan harapan agar penjual selalu sehat, sukses, dan tetap bersemangat. Emotikon 💪 yang digunakan secara berulang memperkuat pesan motivasi dan keteguhan, sedangkan emotikon 🙏 dalam respons penjual menandai ungkapan terima kasih dan penghargaan terhadap dukungan yang diterima. Emotikon 🥰 melengkapi respons tersebut dengan nuansa afektif yang menunjukkan keramahan dan kehangatan interpersonal. Temuan ini menunjukkan bahwa emotikon tidak hanya berfungsi memperkuat isi tuturan verbal, tetapi juga membantu menegaskan sikap emosional para partisipan dalam interaksi digital (Sumarlam et al., 2025). Dengan demikian, pembangunan kedekatan direalisasikan melalui keterkaitan antara doa, dukungan verbal, dan emotikon yang saling melengkapi.

Secara pragmatik, penggunaan emotikon dalam data tersebut mendukung fungsi interpersonal pujian dengan memperkuat ekspresi solidaritas dan penghargaan antara pengikut dan penjual. Emotikon 💪 mengintensifkan dukungan yang disampaikan, sedangkan kombinasi 🙏 dan 🥰 dalam respons penjual memperlihatkan penerimaan positif terhadap perhatian pengikut. Dalam konteks *social commerce*, pertukaran dukungan semacam ini berpotensi memelihara hubungan sosial yang melampaui transaksi jual beli, karena interaksi tidak hanya berorientasi pada produk, tetapi juga pada perhatian terhadap individu di balik akun. Ungkapan doa agar selalu sehat dan sukses, yang diperkuat dengan emotikon 💪, 🙏, dan 🥰, dapat diinterpretasikan sebagai wujud kepedulian, solidaritas,

dan penghormatan yang selaras dengan nilai kekeluargaan serta religiositas dalam kehidupan sosial masyarakat Madura (Dartiningsih, 2022). Temuan ini mengimplikasikan bahwa analisis pujian multimodal perlu mempertimbangkan hubungan antara tuturan, emotikon, dan respons antarpengguna untuk memahami bagaimana kedekatan interpersonal dibangun dalam komunikasi digital. Namun, kedekatan emosional yang tampak dalam data ini merupakan interpretasi atas bentuk interaksi yang tersedia dan belum cukup untuk menyimpulkan tingkat kedekatan hubungan di luar media sosial.

Dukungan Verbal dan Solidaritas Multimodal

Dukungan verbal dalam pujian digital dapat diwujudkan melalui ungkapan doa, harapan, dan motivasi yang ditujukan kepada individu. Strategi ini tidak hanya menunjukkan apresiasi terhadap mitra tutur, tetapi juga merepresentasikan perhatian dan solidaritas dalam interaksi *social commerce*. Bentuk dukungan verbal tersebut tampak pada komentar pengikut akun TikTok @🌷FI***A🌷 berikut.

> "Halimah Tussakdiah: lebur Sarah engkok kkh bak Mander slalu sehat kkh bak sukses slalu dan tetap menyala" (TikTok dalam akun @🌷FI***A🌷, 15 April 2026).

Tuturan tersebut berisi doa dan harapan penutur agar penjual selalu sehat, sukses, dan tetap bersemangat. Ungkapan slalu sehat dan sukses slalu menunjukkan perhatian terhadap kondisi dan keberhasilan mitra tutur, sedangkan frasa tetap menyala berfungsi sebagai ungkapan motivasi untuk mempertahankan semangat. Rangkaian tuturan tersebut memperlihatkan bahwa dukungan verbal tidak hanya berorientasi pada penilaian terhadap produk, tetapi juga pada individu yang menjalankan aktivitas perdagangan digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pujian dapat direalisasikan melalui harapan positif yang mengandung fungsi afektif dan interpersonal, yakni menyampaikan perhatian sekaligus memelihara hubungan sosial antara pengikut dan penjual (Sumarlam et al., 2025).

Ungkapan doa dan harapan tersebut dapat dipahami sebagai strategi dukungan interpersonal yang memperkuat solidaritas dalam komunikasi digital. Penutur menempatkan penjual sebagai individu yang layak memperoleh perhatian dan motivasi, sehingga interaksi tidak terbatas pada kepentingan transaksional. Dalam konteks *social commerce*, dukungan verbal semacam ini berpotensi membangun hubungan yang lebih personal antara kreator konten dan pengikutnya. Ungkapan doa agar penjual senantiasa sehat dan sukses dapat diinterpretasikan sebagai bentuk kepedulian dan solidaritas yang selaras dengan nilai kekeluargaan dan gotong royong dalam kehidupan sosial masyarakat Madura, ketika dukungan verbal menjadi sarana untuk memelihara hubungan baik dan

memberikan penguatan kepada sesama (Dartiningsih, 2022). Temuan ini mengimplikasikan bahwa analisis pujian digital perlu mencakup ungkapan dukungan dan harapan karena keduanya memperlihatkan fungsi pujian dalam memelihara relasi sosial, bukan hanya menyampaikan evaluasi positif. Namun, interpretasi solidaritas dalam data ini didasarkan pada bentuk dukungan yang dinyatakan secara eksplisit dan belum cukup untuk memastikan kedalaman hubungan interpersonal di luar interaksi media sosial.

Strategi pujian multimodal dalam *social commerce* dapat diwujudkan melalui penggunaan emotikon yang memperkuat ungkapan dukungan dan solidaritas. Emotikon tidak hanya melengkapi pesan verbal, tetapi juga membantu menegaskan sikap emosional penutur dalam interaksi digital. Penggunaan emotikon sebagai penanda dukungan dan solidaritas tampak pada interaksi pengikut dan penjual di akun TikTok @🌷FI***A🌷 berikut.

> "Ha***ah Tu***ah: lebur Sarah engkok kkh bak Mander slalu sehat kkh bak sukses slalu dan tetap menyala 💪💪💪"
> @🌷FI***A🌷: "Amin terima kasih banyak ya syg 🙏🥰" (TikTok dalam akun @🌷FI***A🌷, 15 April 2026).

Dalam data tersebut, emotikon 💪 yang digunakan secara berulang menyertai ungkapan doa dan harapan agar penjual selalu sehat, sukses, dan tetap bersemangat. Pengulangan emotikon ini memperkuat pesan motivasi sekaligus menegaskan dukungan kepada mitra tutur. Sementara itu, emotikon 🙏 dalam respons penjual memperkuat ungkapan terima kasih dan penghargaan terhadap dukungan yang diterima, sedangkan 🥰 menghadirkan nuansa afektif dan kehangatan interpersonal. Keterkaitan emotikon dalam tuturan pengikut dan respons penjual menunjukkan bahwa solidaritas multimodal dibangun melalui pertukaran pesan yang saling melengkapi. Temuan ini memperlihatkan bahwa emotikon berperan dalam menegaskan dukungan, penghargaan, dan penerimaan positif dalam interaksi perdagangan digital (Sumarlam et al., 2025).

Penggunaan emotikon 💪, 🙏, dan 🥰 memperlihatkan fungsi multimodal dalam memperkuat solidaritas dan memelihara hubungan interpersonal. Emotikon 💪 mengintensifkan dukungan yang disampaikan pengikut, sedangkan 🙏 dan 🥰 memperkuat respons penjual melalui ungkapan penghargaan dan afeksi. Dalam konteks *social commerce*, kombinasi tersebut menunjukkan bahwa interaksi digital dapat berkembang melampaui pertukaran informasi produk menuju komunikasi yang memuat perhatian dan dukungan personal. Penggunaan emotikon 💪, 🙏, dan 🥰 dalam pertukaran pesan tersebut dapat

diinterpretasikan sebagai representasi kepedulian, penghormatan, dan solidaritas yang selaras dengan nilai kekeluargaan serta religiositas dalam kehidupan sosial masyarakat Madura, ketika doa dan respons penuh afeksi menjadi sarana untuk memelihara hubungan baik antarpelaku interaksi (Dartiningsih, 2022). Implikasi temuan ini adalah bahwa analisis pujian multimodal perlu mempertimbangkan hubungan antara emotikon, tuturan verbal, dan respons antarpengguna untuk menjelaskan pembentukan solidaritas dalam komunikasi digital. Meskipun demikian, fungsi solidaritas dalam data ini diinterpretasikan berdasarkan konteks percakapan yang tersedia dan tidak secara otomatis membuktikan kedekatan hubungan di luar media sosial.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pujian digital dalam *social commerce* etnis Madura direalisasikan melalui strategi verbal dan multimodal yang saling melengkapi. Strategi verbal mencakup evaluasi positif, intensifikasi, testimoni pengalaman, pujian personal, serta ungkapan dukungan dan harapan. Sementara itu, strategi multimodal melalui penggunaan emotikon berfungsi memperkuat evaluasi positif, mengekspresikan afeksi, menandai dukungan dan solidaritas, membangun keakraban, serta merepresentasikan respons emosional. Keterkaitan kedua strategi tersebut memperlihatkan bahwa pujian digital tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan apresiasi terhadap produk atau individu, tetapi juga mengonstruksi makna melalui pilihan leksikal, penekanan ekspresif, simbol visual, dan konteks interaksi. Dalam konteks *social commerce*, pujian berbentuk testimoni berpotensi membangun kepercayaan konsumen, sedangkan pujian personal dan ungkapan dukungan berkontribusi terhadap pemeliharaan hubungan interpersonal antara penjual dan pengikutnya.

Dalam perspektif etnopragmatik siber, temuan penelitian ini menegaskan pentingnya memahami pujian digital sebagai praktik komunikasi yang menghubungkan bentuk kebahasaan, ekspresi multimodal, fungsi pragmatik, dan konteks sosial budaya, khususnya etnis Madura. Makna pujian tidak dapat ditentukan hanya berdasarkan leksikon atau emotikon secara terpisah, tetapi perlu ditafsirkan melalui keterkaitan antara tuturan, respons mitra tutur, dan situasi komunikasi yang melatarbelakanginya. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemetaan strategi verbal dan multimodal pujian dalam interaksi perdagangan digital serta penjelasan mengenai fungsi evaluatif, afektif, dan interpersonalnya. Meskipun demikian, temuan ini perlu dipahami sesuai dengan cakupan

data dari akun TikTok yang diteliti dan belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh komunitas etnis Madura. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sumber data, membandingkan praktik pujian pada komunitas budaya yang berbeda, serta mengkaji lebih mendalam hubungan antara strategi pujian, norma kesantunan, dan pembentukan kepercayaan dalam komunikasi perdagangan digital.

DECLARATIONS

Ethical considerations

This study used publicly accessible TikTok interactions for academic purposes, with attention to contextual accuracy and responsible data use. Potentially identifying information was anonymized where appropriate to protect users' privacy. Cultural interpretations were treated as context-dependent findings and were not generalized to represent all Madurese people.

Use of artificial intelligence (AI)

The authors declare that the generative artificial intelligence (AI) tool Chat GPT was used exclusively for language editing and/or grammatical improvement. The use of AI did not influence the scientific content, study design, data analysis, data interpretation, results, or conclusions of the manuscript. Full responsibility for the content remains with the authors.

Conflict of Interest

The authors declare no conflicts of interest.

Funding

This research was supported and funded by the Indonesian Language Education Study Program, Universitas Islam Negeri Madura (UIN Madura), Indonesia.

REFERENCE

Al-Adwan, A. S., & Kokash, H. (2019). The driving forces of facebook social commerce. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *14*(2), 15–32. https://doi.org/10.4067/S0718-18762019000200103

Arlinda, S. N., & Wulandari, A. (2026). Tindak Tutur Pujian dalam Kolom Komentar Netizen pada Akun Tiktok @Aqeela Aza Calista Periode Juli 2024–Juni 2025: Analisis Pragmatik. *Sintaks: Jurnal Bahasa & Sastra Indonesia*, *6*(2), 252–263.

https://doi.org/doi.org/10.57251/sin.v6i2.2217
Chovanec, J., & Vásquez, C. (2025). Experiencing digital discourses: from engagement and multimodality to social action. In C. Vásquez & J. Chovanec (Eds.), *Experiencing Digital Discourses: Multimodality, Engagement, Activism* (pp. 1–21). Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-77460-7_1
Dainas, A. R., & Herring, S. C. (2021). Interpreting emoji pragmatics. *Approaches to Internet Pragmatics: Theory and Practice*, 107–144.
Dartiningsih, B. E. (2022). *Budaya dan Masyarakat Madura*. Penerbit Adab.
Eslami, Z. R., & Yang, X. (2018). Chinese-English bilinguals' online compliment response patterns in American (Facebook) and Chinese (Renren) social networking sites. *Discourse, Context & Media*, *26*, 13–20. https://doi.org/10.1016/J.DCM.2018.04.006
Farghal, M., & Al-Khatib, M. A. (2001). Jordanian college students' responses to compliments: a pilot study. *Journal of Pragmatics*, *33*(9), 1485–1502. https://doi.org/10.1016/S0378-2166(01)00006-6
Firnanda, A., Dwijayanti, N. S., & Mukarromah, L. (2026). Peran Emoji dalam Pembentukan Makna Tutur pada Interaksi Jual Beli di TikTok Shop Akun SAKERA OLEHOLEHMADURA: Kajian Siber Pragmatik: The Role of Emojis in Forming Speech Meaning in Buying and Selling Interactions on TikTok Shop Account SAKERA BYHOLEHMAD…. *Caraka: Jurnal Ilmu Kebahasaan, Kesastraan, Dan Pembelajarannya*, *12*(2), 851–864. https://doi.org/10.30738/CARAKA.V12I2.22066
Firnanda, A., Putikadyanto, A. P. A., Adriana, I., Wardani, M. A. S., & Ihsan, Z. (2025). Ketidaksantunan Interaksi Jual Beli Akun Maz Aruel di TikTok: Analisis Siber Pragmatik Perspektif Jonathan Culpeper. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1318–1337. https://doi.org/10.19105/GHANCARAN.VI.21763
Holmes, J. (2013). Women, Men and Politeness. In *Women, Men and Politeness*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315845722
Jarrah, M., Al-Omyan, N., & Al-Deaibes, M. (2026). Performing gender in digital spaces: verbal and multimodal compliment strategies among Jordanian Facebook users. *Discourse, Context & Media*, *73*, 101053. https://doi.org/10.1016/J.DCM.2026.101053
Jucker, A. H. (2009). Speech act research between armchair, field and laboratory: The case of compliments. *Journal of Pragmatics*, *41*(8), 1611–1635. https://doi.org/10.1016/J.PRAGMA.2009.02.004
Konrad, A., Herring, S. C., & Choi, D. (2020). Sticker and Emoji Use in Facebook Messenger: Implications for Graphicon Change. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *25*(3), 217–235. https://doi.org/10.1093/JCMC/ZMAA003
Kurniawan, M. A., & Putikadyanto, A. P. A. (2026). Tuturan Hinaan dan Makian Pembeli dalam Interaksi Jual Beli pada Kolom Ulasan Tiktok Shop: Kajian Pragmatik Siber. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Sastra*, *6*(3), 4569–4577. https://doi.org/10.53769/DEIKTIS.V6I3.4437
Maíz-Arévalo, C. (2017). Expressive speech acts in educational e-chats. *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics*, *5*(2), 151–178.
Maíz-Arévalo, C., & García-Gómez, A. (2013). "You look terrific!" Social evaluation and relationships in online compliments. *Discourse Studies*, *15*(6), 735–760. https://doi.org/10.1177/1461445613490011;PAGE:STRING:ARTICLE/CHAPTER
Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia.
Moran, G., Muzellec, L., & Nolan, E. (2014). Consumer Moments of Truth In the Digital Context. *Journal of Advertising Research*, *54*(2), 200–204. https://doi.org/10.2501/JAR-54-2-200-204
Nelson, G. L., Al-Batal, M., & Echols, E. (1996). Arabic and English Compliment Responses: Potential for Pragmatic Failure. *Applied Linguistics*, *17*(4), 411–432.

https://doi.org/10.1093/APPLIN/17.4.411
Placencia, M. E., & Lower, A. (2017). Compliments and compliment responses. *Pragmatics of Social Media*, 633–660. https://doi.org/10.1515/9783110431070-023
Placencia, M. E., Lower, A., & Powell, H. (2016). Complimenting behaviour on Facebook: Responding to compliments in American English. *Pragmatics and Society*, *7*(3), 339–365. https://doi.org/10.1075/PS.7.3.01PLA
Policarpo, M. C., Lemos, C. D. S., & Aguiar, E. C. (2026). Emojis in social commerce and their influences on the consumer. *Social Network Analysis and Mining*, *16*(1), 1–20. https://doi.org/10.1007/S13278-025-01569-X
Putikadyanto, A. P. A., & Setiadi, A. (2026). Teacher Commands and Prohibitions in Classroom Interaction: An Ethnopragmatic Analysis of Liberal and Conservative Indonesian Language Teachers. *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, *8*(1), 249–265. https://doi.org/https://doi.org/10.29300/disastra.v8i1.9693
Putikadyanto, A. P. A., Soepardjo, D., Mulyono, M., & Savitri, A. D. (2025). Strategi permintaan maaf dalam interaksi jual beli etnis Madura: kajian etnocyberpragmatik. *Entita: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 989–1006. https://doi.org/10.19105/ejpis.v1I.19225
Putikadyanto, A. P. A., Suhartono, S., Mintowati, M., Cahyanto, B., & Setyawan, A. (2025). Apologizing with threats? An ethnocyberpragmatic study of social commerce content among the Madurese ethnic group. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 754–765. https://doi.org/10.19105/ghancaran.vi.21757
Rahardi, K., & Firdaus, W. (2024). Pragmatic meanings of visual socio-political multimodal discourse in the perspective of critical pragmatics. *Journal of Pragmatics*, *20*(2), 153–171. https://doi.org/10.26499/jk.v20i2.6604
Rahman, H. (2026). Budaya Konsumsi dan Ekonomi Digital dalam Perspektif Antropologi Ekonomi: Sebuah Kajian Systematic Literature Review. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(3), 4575–4585. https://doi.org/10.63822/8P1JBH49
Safont, P. (2024). Multilingual cyberpragmatics in instructional settings. Exploring gender and age effects in Catalan, Spanish and English email requests. *International Journal of Multilingualism*, *21*(3), 1494–1516. https://doi.org/10.1080/14790718.2023.2187811
Sampietro, A., & Pérez-Sabater, C. (2025). Pragmatic approaches to visual discourses in digital interactions. *Internet Pragmatics*, *8*(2), 141–151. https://doi.org/10.1075/ip.00122.sam
Sumarlam, Djatmika, Widiana, Y., & Sri, B. (2025). *PRAGMATIK DALAM BISNIS ONLINE*. Bukukatta.
Van Veldhoven, Z., & Vanthienen, J. (2021). Digital transformation as an interaction-driven perspective between business, society, and technology. *Electronic Markets*, *32*(2), 629–644. https://doi.org/10.1007/S12525-021-00464-5
Virtanen, T., & Lee, C. (2022). Face-work in online discourse: Practices and multiple conceptualizations. *Journal of Pragmatics*, *195*, 1–6. https://doi.org/10.1016/J.PRAGMA.2022.03.013
Wardani, M. A. S., Putikadyanto, A. P. A., Efendi, A. N., & Firnanda, A. (2025). Kesantunan Positif Interaksi Jual Beli Akun Dewi Ck di Tiktok: Analisiss Siber Pragmatik Perspektif Brown dan Levinson. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 321–343. https://doi.org/10.19105/GHANCARAN.VI.21729
Wierzbicka, A. (1991). *Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*.

Mouton de Gruyter.
Xie, F. (2025). From words to multimodalities: Compliment perceptions across lingua cultures. *Journal of Pragmatics*, *239*, 94–116. https://doi.org/10.1016/J.PRAGMA.2025.02.006
Yadav, M. S., & Pavlou, P. A. (2019). Technology-enabled interactions in digital environments:a conceptual foundation for current and future research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *48*(1), 132–136. https://doi.org/10.1007/S11747-019-00712-3
Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics: Internet-mediated communication in context*. John Benjamins Publishing Company.
Yus, F. (2017). Contextual constraints and non-propositional effects in WhatsApp communication. *Journal of Pragmatics*, *114*, 66–86. https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.04.003
Yus, F. (2023). *Pragmatics of internet humour*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-31902-0
Zappavigna, M., & Logi, L. (2021). Emoji in social media discourse about working from home. *Discourse, Context & Media*, *44*, 1–20. https://doi.org/10.1016/J.DCM.2021.100543