UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Commissive Acts in the 2024 U.S. Presidential Candidate Debates: A Pragmatic Analysis
Laura Isma Dewanti, Prof. Dr. I Dewa Putu Wijana, S.U., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study investigates commissive speech acts in the 2024 U.S. presidential candidate debates from a pragmatic perspective. This study is grounded in pragmatics by Searle (1979), which aims to (1) identify the types of commissive speech acts in the 2024 U.S. presidential candidate debates through speech act theory by Yule (1996), (2) explore the strategies used to express commissive acts through Austin' (1962) performative theory and Wijana's (1996) concept of literal meaning, and (3) examine the functions and the social factors influencing the use of commissive acts through the sociolinguistic framework proposed by Wardhaugh (2006).

This study adopts a qualitative descriptive methodology. The authorized transcriptions and audiovisual recordings of the 2024 U.S. presidential debates served as the primary data sources. Data collection involved transcribing, identifying, classifying, and documenting commissive utterances. The analysis focused on the types of commissive speech acts, including promises, pledges, refusals, and threats, and on the strategies employed to convey them through explicit and implicit forms with literal meaning.

This study reveals that promises are the most common type of commissive act (82.50%) used to express political commitments and persuade voters during debates. In terms of strategy, the implicit-literal strategy is the most frequently used (95.00%) because candidates tend to convey commitments indirectly while maintaining a clear, literal meaning. Meanwhile, the most dominant communicative function is building public trust (57.50%), as candidates use commissive acts to establish credibility and gain public support. Furthermore, the topic emerges as the most influential social factor (62.50%), indicating that the production of commissive acts is largely shaped by the issues discussed during the debates. All in all, the findings indicate that commissive speech acts play a crucial role in shaping political persuasion and public perception in the 2024 U.S. presidential debates.

Keywords: commissive acts, pragmatics, speech acts, political debates, campaign rhetoric

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Commissive Acts in the 2024 U.S. Presidential Candidate Debates: A Pragmatic Analysis
Laura Isma Dewanti, Prof. Dr. I Dewa Putu Wijana, S.U., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini mengkaji tindak tutur komisif dalam debat kandidat presiden Amerika Serikat tahun 2024 dari perspektif pragmatik. Penelitian ini berlandaskan teori pragmatik yang dikemukakan oleh Searle (1979), dengan tujuan untuk (1) mengidentifikasi jenis-jenis tindak tutur komisif dalam debat kandidat presiden Amerika Serikat tahun 2024 berdasarkan teori tindak tutur oleh Yule (1996), (2) mengeksplorasi strategi yang digunakan untuk mengungkapkan tindak tutur komisif melalui teori performatif Austin (1962) dan konsep makna literal Wijana (1996), serta (3) menganalisis fungsi dan factor sosial yang memengaruhi penggunaan tindak tutur komisif berdasarkan kerangka sosiolinguistik yang dikemukakan oleh Wardhaugh (2006).

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Transkripsi resmi dan rekaman video debat presiden Amerika Serikat tahun 2024 berfungsi sebagai sumber data utama. Pengumpulan data dilakukan melalui proses transkripsi, identifikasi, klasifikasi, dan dokumentasi ujaran komisif. Analisis difokuskan pada kategori komisif seperti janji, ikrar, penolakan, dan ancaman, serta strategi yang digunakan untuk menyampaikan tindak tutur tersebut melalui bentuk eksplisit dan implisit dengan makna literal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa janji merupakan jenis tindak tutur komisif yang paling dominan (82,50%) untuk menyatakan komitmen politik dan mempersuasi pemilih selama debat berlangsung. Dari segi strategi, strategi implisit-literal merupakan strategi yang paling sering digunakan (95,00%) karena para kandidat cenderung menyampaikan komitmen secara tidak langsung, namun tetap mempertahankan makna yang jelas dan literal. Sementara itu, fungsi komunikatif yang paling dominan adalah membangun kepercayaan (57,50%), karena para kandidat menggunakan tindak tutur komisif untuk membangun kredibilitas dan memperoleh dukungan publik. Selain itu, topik pembahasan merupakan faktor sosial yang paling berpengaruh (62,50%) yang menunjukkan bahwa penggunaan tindak tutur komisif sebagian besar dipengaruhi oleh isu-isu yang dibahas selama debat. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa tindak tutur komisif memainkan peran penting dalam membentuk persuasi politik dan persepsi publik pada debat pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2024.

Kata kunci: tindak komisif, pragmatik, tindak tutur, debat politik, retorika kampanye