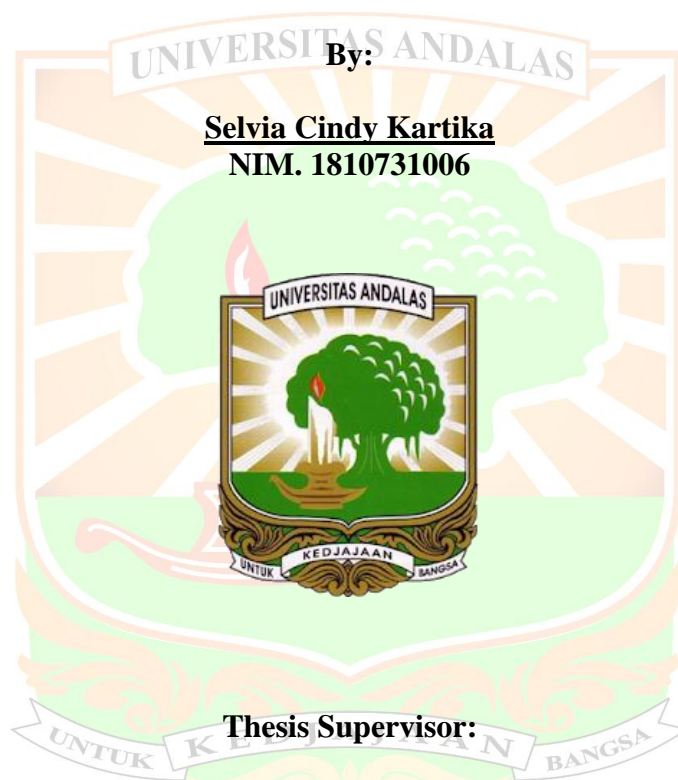


**POLITENESS MARKERS OF WRITTEN ENGLISH IN THE USER'S  
POSTS ON LINKEDIN**

**A Thesis**

*Submitted as Partial Fulfillment to the Requirement  
for the Degree of Sarjana Humaniora*



**By:**

**Selvia Cindy Kartika**  
**NIM. 1810731006**

**Thesis Supervisor:**

**Prof. Dr. Oktavianus, M. Hum**  
**NIP. 196310261990031001**

**English Department**

**Faculty of Humanities**

**Andalas University**

**Padang**

**2022**

## ABSTRAK

Kesopanan merupakan hal yang sangat penting dalam komunikasi. Orang mempertimbangkan kesopanan dengan tujuan untuk mempertahankan dan memperoleh komunikasi yang lancar dengan orang lain. Sehubungan dengan itu, setiap orang perlu memahami pentingnya kesopanan dalam komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan tanda-tanda kesopanan dalam Bahasa Inggris yang terdapat pada postingan-postingan pengguna LinkedIn. Data penelitian diperoleh dari 18 postingan-postingan yang diunggah oleh akun-akun pribadi dan resmi pada tahun 2021. Postingan-postingan tersebut berisi informasi mengenai pekerjaan, pengalaman, lowongan pekerjaan, dan promosi. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi non partisipan dan mengambil tangkapan layar setiap postingan-postingan dengan menggunakan *smartphone*. Kemudian, data tersebut dianalisis menggunakan teori kesopanan dari Brown dan Levinson (1987) dan metode padan pragmatik. Hasil penelitian disajikan secara deskriptif dan menggunakan tabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 11 jenis tanda-tanda kesopanan yang digunakan oleh akun pribadi dengan tanda *thank you* merupakan tanda yang paling banyak digunakan pada postingan-postingan pengguna. Disamping itu, juga terdapat 11 jenis tanda-tanda kesopanan yang ditemukan pada postingan-postingan akun resmi dengan tanda *imperative* paling banyak digunakan di akun tersebut. Secara lebih lanjut, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa akun-akun pribadi cenderung memilih tanda-tanda kesopanan yang resmi, halus, dan tersirat ketika menyampaikan informasi pada postingan, sedangkan akun-akun resmi lebih banyak menggunakan tanda-tanda kesopanan yang langsung, singkat, dan jelas. Hal itu bisa dilihat melalui penggunaan tanda-tanda kesopanan yang digunakan oleh kedua akun. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan tanda-tanda kesopanan pada postingan di akun-akun pribadi dan resmi terdiri dari faktor *payoffs* (pertimbangan untuk keuntungan dari mengurangi *face-threatening acts* dan tidak melakukan *face-threatening acts*) dan faktor sosiologis (kedekatan sosial, kedudukan status, dan tingkat pemaksaan).

**Kata kunci:** tulisan berbahasa Inggris, LinkedIn, kesopanan, tanda-tanda kesopanan

## ABSTRACT

Politeness is a fundamental thing in communication. Some people consider politeness for the purpose of maintaining and achieving a smooth communication with other people. Therefore, every person has to understand the importance of politeness in communication. This research aims to analyze the use of politeness markers of written English in the user's posts on LinkedIn. The data of the research are obtained from the 18 posts published by personal and official accounts in 2021. The posts contain information about works, experiences, job vacancies, and promotions. In this study, the data are collected by using a non-participant observation method and taking screenshots of the posts by using a smartphone. Moreover, the data are analyzed by using the theory of politeness by Brown and Levinson (1987) and pragmatic identity method. The results of the research are presented descriptively and using tables.

The research findings show that there are 11 types of politeness markers used by personal accounts in total in which *thank you* markers become the dominant type used in the user's posts. Besides, there are also 11 types of politeness markers found in the posts of official accounts in which imperative markers are mostly used in those accounts. Furthermore, the results also show that personal accounts tend to use politeness markers that are formal, soft, and indirect when delivering the information in the posts, whereas official accounts mostly use politeness markers that are direct, simple, and clear. Those circumstances can be seen from the types of politeness markers used by those accounts. The factors influencing the choice of politeness markers used in the user's posts of personal and official accounts consist of the payoffs (the consideration for the benefits of minimizing the face-threatening acts and not doing the face-threatening acts) and sociological factors (the social distance, the relative power, and the ranking of impositions).

**Keywords:** *written English, LinkedIn, politeness, politeness markers*

