

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa merupakan alat interaksi sosial atau sebagai alat utama berkomunikasi antar manusia. Dalam berkomunikasi kita perlu memperhatikan tuturan yang digunakan karena melalui tuturan, seseorang dapat mengungkapkan maksud, tujuan, dan pesan kepada lawan bicaranya. Tuturan juga dapat mempengaruhi sikap, perilaku, dan tindakan lawan bicara. Oleh karena itu, penting bagi seseorang untuk memperhatikan situasi tutur, konteks tuturan, dan tujuan tuturan dalam berkomunikasi. Selain itu, kita juga harus mempertimbangkan prinsip kerja sama, kesantunan, etika, agar tidak menyakiti perasaan dan tidak terjadi kesalahpahaman antara penutur dengan mitra tutur. Hal tersebut tidak hanya diperhatikan saat berkomunikasi secara langsung saja, tetapi juga saat seseorang berkomunikasi melalui media, seperti video.

Memperhatikan tuturan ketika membuat suatu video sangatlah penting. Saat membuat video, kita perlu memperhatikan tuturan yang kita gunakan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penonton atau mitra tutur. Apabila tuturan tidak sesuai dengan isi video, maka video tersebut sepi penontonya. Oleh karena itu, tuturan sangat penting untuk diperhatikan. Menonton video kini bisa dari berbagai media sosial, seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan lain sebagainya. Banyak *influencer* yang membagikan video di media sosial untuk mempromosikan atau merekomendasikan sesuatu, mulai dari pakaian, makanan, hingga *life hack* yang mempermudah kita dalam melakukan sesuatu.

Sehingga, saat membuat video, para *influencer* harus menggunakan tuturan yang cocok agar dapat menarik minat seseorang untuk menonton video tersebut. Tuturan yang sering terdapat dalam sebuah video *endorsement*, yaitu tuturan ilokusi khususnya tindak tutur direktif. Sebuah video dapat dikatakan mempromosikan atau merekomendasikan apabila mengandung tindak tutur direktif, yang umumnya bersifat mengajak, memerintah, dan melarang.

Sebagai platform berbagi video singkat, TikTok sangat kompetitif dan para pembuat konten harus bersaing untuk menarik perhatian penonton dalam waktu singkat. Oleh karena itu, penggunaan tuturan direktif yang kuat dan menarik menjadi sangat penting untuk memastikan video mendapatkan lebih banyak tayangan, interaksi, dan dukungan dari penonton ataupun dari komunitas TikTok. *Endorsement* adalah istilah yang lazim di dunia pemasaran, yang merupakan bentuk promosi sebuah barang atau jasa di media sosial. Dalam dunia pemasaran, agar produk yang dikeluarkan oleh *brand* tertentu laris dibeli oleh konsumen, maka para produsen meng-*endorse influencer* untuk membantu mempromosikan atau merekomendasikan produknya. Sehingga, diperlukan tuturan direktif yang cocok untuk mempengaruhi seseorang agar membeli produk yang dipromosikan tersebut.

Influencer adalah seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya (Hariyanti & Wirapraja, 2018: 141). Oleh karena itu, banyak *brand-brand* besar yang meng-*endorse influencer* untuk mempromosikan produk-produknya yang ditargetkan memiliki nilai jual yang tinggi. Dengan demikian, di dalam video *endorsement* para *influencer* tersebut pasti mengandung bentuk-bentuk tindak tutur direktif yang sesuai dengan konteks

videonya agar dapat mempengaruhi penontonnya. Dari pengamatan awal yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beragam bentuk tindak tutur direktif yang digunakan oleh *influencer* dalam membuat video *endorsement*, contohnya:

“Yuk ikutan dance challenge Rexona X (G) I-DLE”

Tuturan tersebut terdapat dalam video *endorsement* oleh akun TikTok Fujianti yang diunggah pada 22 Maret 2024. Tuturan tersebut dapat dikelompokkan sebagai tuturan direktif yang memiliki maksud untuk mengajak penonton agar mengikuti *dance challenge* yang diselenggarakan oleh *brand* yang meng-*endorse* Fuji, yaitu Rexona (*brand cream* ketiak).

Dampak dari tindak tutur direktif pada konten akun TikTok *influencer* dapat berupa pengaruh kepada sang mitra tutur dalam melakukan tindakan tertentu. Dari akun TikTok *influencer* dengan konten *endorsement* yang memuat tuturan direktif yang cenderung bersifat memerintah dan mengajak dapat menimbulkan keinginan untuk melakukan perintah dan ajakan yang disampaikan melalui video konten *endorsement*nya. Namun, dari konten *endorsement influencer* tersebut terdapat hikmah yang dapat diambil, seperti mitra tutur dimudahkan dalam menemukan rekomendasi produk yang diinginkan. Dalam video konten pada akun TikTok *influencer* dikemas menarik dan menggunakan tuturan direktif yang cocok agar dapat memikat daya tarik mitra tutur untuk menonton konten video *endorsement* tersebut.

Konten yang terdapat dalam akun TikTok milik beberapa *influencer* di Indonesia ini memiliki beragam tema. Akan tetapi, peneliti memfokuskan kepada konten *endorsement* yang memiliki unsur tindak tutur direktif. Dalam konten *endorsement* tersebut *influencer* mempromosikan berbagai produk mulai dari

skincare, makanan, minuman, dan pakaian. Alasan peneliti memilih penelitian ini karena ingin mengetahui tindak tutur direktif yang terdapat dalam akun TikTok beberapa *influencer* dan dengan penelitian ini peneliti dapat menambah informasi mengenai sejauh mana konten kreator atau *influencer* di Indonesia menggunakan tindak tutur direktif dalam membuat konten terkhususnya konten *endorsement*.

Video *endorsement* yang akan peneliti kaji dalam penelitian ini, yaitu video-video *endorsement* oleh *influencer* atas nama Fujianti atau lebih akrab dipanggil Fuji, yang ditayangkan pada bulan Januari sampai dengan Maret 2024 pada media TikTok. Peneliti memilih video *endorsement* yang ditayangkan pada bulan September, karena dekat dengan waktu penelitian. Sehingga, data yang diperoleh merupakan data baru.

Pragmatik sangat erat kaitannya dengan suatu konteks untuk memahami sebuah makna dari tuturan. Dengan mempelajari ilmu pragmatik, pendengar dapat lebih mengerti maksud dari ucapan yang diutarakan oleh penutur. (Widyanti dan Kustinah, 2019) mengemukakan tindak tutur adalah unsur pragmatik yang melibatkan pembicara (penutur) dan pendengar atau penulis dan pembaca. Searle (Wijana, 1996: 17-22, Cummings, 2007: 99, dan Wijana dkk, 2010: 20-26) membedakan tindak tutur menjadi tiga macam yaitu: tindak lokusi (locutionary act), tindak ilokusi (illocutionary act), dan tindak perlokusi (perlocutionary act). Wijana (1996:29-36, Wijana: 2010: 27-35) membagi bentuk tindak tutur menjadi dua jenis, yaitu tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung. Di sisi lain, Yule (2006: 95-96) membagi bentuk tindak tutur berdasarkan maknanya menjadi dua, yaitu tindak tutur literal (literal speech act) dan tindak tutur tidak literal (non literal speech act).

Tindak ilokusi dapat dibedakan lagi menjadi lima jenis. Pertama, asertif (assertives), pada ilokusi ini penutur terikat pada kebenaran proposisi yang diungkapkan, misalnya: menyatakan, mengusulkan, membuat, mengemukakan pendapat dan melaporkan. Kedua, direktif (directives), ilokusi ini bertujuan untuk menghasilkan efek berupa tindakan yang dilakukan oleh penutur, misalnya: memerintah, memesan, memohon, menuntut dan memberi nasihat. Ketiga, komisif (commissives), pada ilokusi ini penutur sedikit banyak terikat pada suatu tindakan di masa depan, misalnya: menjanjikan, menawarkan. Jenis ilokusi ini cenderung berfungsi menyenangkan dan kurang bersifat kompetitif karena tidak mengacu kepada kepentingan penutur, tetapi pada kepentingan mitra tutur. Keempat, ekspresif (expressive), fungsi ilokusi ini ialah mengungkap atau mengutarakan sikap psikologis penutur terhadap keadaan yang tersirat dalam ilokusi, misalnya: mengucapkan terima kasih, mengancam, memuji, berbelasungkawa. Kelima, deklarasi (declaration), berhasilnya pelaksanaan ilokusi ini akan mengakibatkan adanya kesesuaian antara isi proposisi dengan realitas. Misalnya, membaptis, memecat, menjatuhkan hukuman.

Dari kelima tindak tutur tersebut, penelitian ini berfokus pada tindak tutur direktif dalam tuturan ilokusi. Peneliti menyadari bahwa dari setiap peristiwa tutur pasti terjadi tuturan yang merupakan tindakan yang dilakukan oleh penutur untuk menghasilkan efek berupa tindakan. Tuturan seperti itu dalam ilmu pragmatik disebut sebagai tindak tutur direktif yaitu jenis tindak tutur yang dipakai oleh penutur untuk menyuruh orang lain untuk melakukan sesuatu (Prayitno 2011:40).

Jakobson (dalam Ibrahim:1993) menyatakan bahwa terdapat enam fungsi bahasa, yaitu fungsi ekspresif, fungsi referensial, fungsi putik, fungsi fatik, fungsi

metalingual, dan fungsi konatif. Penelitian ini berfokus pada tindak tutur direktif. Dalam fungsi bahasa yang telah disampaikan oleh Jakobson (dalam Ibrahim:1993) tuturan direktif termasuk dalam fungsi konatif, yaitu bahasa yang digunakan dengan maksud agar lawan bicara melakukan sesuatu. Fungsi konatif bertumpu pada mitra tutur (addressee). Fungsi konatif ini disamakan artinya dengan fungsi direktif. Fungsi konatif berfokus pada mitra tutur yang lazimnya muncul sebagai kalimat perintah. Fungsi konatif bertujuan untuk menimbulkan reaksi pada penutur, misalnya menyuruh, melarang, mengajak, dan lain sebagainya.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas terkait topik tindak tutur direktif diantaranya pertama, penelitian oleh Gini Raehani, dkk (2022) yang berjudul “Analisis Tindak Tutur Direktif pada Akun TikTok @Vmuliana dan Relevansinya sebagai Handout”. Kedua, penelitian oleh Feby Dwi Novita Sari, dkk (2022) dengan judul penelitian “Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Talkshow Tonight Show (Maret 2021)”. Ketiga, penelitian oleh Luluk Atul Funadah (2021) yang berjudul “Tindak Tutur Direktif Pada Caption Akun Instagram @Khofifal.ip Tentang Pandemi COVID-19”. Keempat, penelitian oleh Sari Mardian, dkk (2021) dengan judul penelitian “Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Novel Orang-Orang Biasa Karya Andrea Hirata”. Dan yang kelima, penelitian oleh Ema Erwin, dkk (2019) dengan judul penelitian “Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Interaksi Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas XI MIPA 2 SMA Negeri 22 Makasar”.

Kesamaan yang terdapat dalam beberapa penelitian di atas dengan penelitian yang akan peneliti kaji, yaitu sama-sama menganalisis tindak tutur direktif. Terdapat juga perbedaan antara beberapa penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti kaji, yaitu terletak pada subjek yang diteliti. Dalam penelitian ini,

peneliti akan berfokus pada tindak tutur direktif yang ada dalam video-video *endorsement influencer*. Perbedaan subjek antara beberapa penelitian sejenis dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini dapat membuktikan bahwa belum ada penelitian yang mengkaji topik dengan subjek yang sama dengan yang akan peneliti kaji. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul “ANALISIS TINDAK TUTUR DIREKTIF DALAM VIDEO *ENDORSEMENT INFLUENCER*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat diidentifikasi masalah yang ada, sebagai berikut.

1. Masih banyak konten kreator atau *influencer* yang tidak memperhatikan bentuk dan fungsi tindak tutur direktif saat membuat konten *endorsement*, sehingga perlu dikaji lebih dalam lagi.
2. Terdapat beberapa bentuk tindak tutur direktif yang digunakan tidak tepat dengan konten yang dibuat.
3. Fungsi tindak tutur direktif tidak diperhatikan oleh konten kreator atau *influencer*, sehingga video yang dibuat tidak menarik.
4. Terdapat banyak bentuk tindak tutur, namun yang digunakan oleh konten kreator atau *influencer* hanya beberapa saja.

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan dalam penelitian perlu dibatasi agar tidak menyimpang dari topik yang dikaji. Berdasarkan identifikasi masalah, maka fokus penelitian ini adalah bentuk dan fungsi tindak tutur direktif dalam video *endorsement influencer*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, adapun masalah yang dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah bentuk tindak tutur direktif dalam video *endorsement influencer*?
2. Apa sajakah fungsi tindak tutur direktif yang terdapat dalam video *endorsement influencer*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan bentuk tindak tutur direktif dalam video *endorsement influencer*.
2. Mendeskripsikan fungsi tindak tutur direktif yang terdapat dalam video *endorsement influencer*.

1.6 Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat dalam penelitian ini, yaitu manfaat teoretis dan praktis.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk perkembangan teori-teori pragmatik, khususnya mengenai bentuk serta fungsi tindak tutur direktif.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pendidikan, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menjadi bahan dalam pembelajaran pragmatik, khususnya mengenai tindak tutur direktif. Penelitian ini juga dapat dijadikan bahan ajar dalam pembelajaran keterampilan berbicara.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan pengalaman langsung dalam mendeskripsikan bentuk dan fungsi tindak tutur direktif.

