

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini yang berfokus memaparkan latar belakang. Pada bab ini juga akan memaparkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi proposal penelitian.

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi telah mengubah pola komunikasi masyarakat secara signifikan (Habibah dan Irwansyah, 2021). Internet dan berbagai platform digital memberikan fasilitas interaksi tanpa hambatan ruang ataupun waktu, sehingga memungkinkan penyebaran serta akses informasi secara cepat dan luas. Salah satu dampaknya adalah perubahan dalam penggunaan tindak tutur yang tidak lagi terbatas pada komunikasi lisan langsung, tetapi juga muncul dalam berbagai bentuk komunikasi daring, seperti komentar, diskusi, dan video motivasi di media sosial (Arifin, dkk 2023). Sejalan dengan pendapat Alhafidz (2022) yang menyatakan bahwa perkembangan tindak tutur saat ini sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi serta pola komunikasi yang berkembang di masyarakat.

Youtube sebagai salah satu media digital paling populer, menjadi sarana penyebaran informasi yang masif. Platform ini mencatat lebih dari 6 miliar views harian dengan beragam konten, termasuk konten motivasi (Saifulloh dan Hariyanto 2024). Menurut Saptono (2016) mengungkapkan bahwa motivasi diartikan sebagai suatu kekuatan yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas tertentu, dan sangat diperlukan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Sebagaimana Hakim (2024) mengemukakan bahwa video motivasi memiliki argumen yang kuat, menggunakan emosi, dan memberikan bukti yang mendukung untuk meyakinkan audiens agar mengambil suatu tindakan. Tidak seperti presentasi informatif atau seremonial yang fokus pada penyampaian fakta atau perayaan, presentasi motivasi dirancang untuk memberikan dorongan mental dan membangkitkan semangat.

Peran platform Youtube sebagai salah satu media digital yang paling luas digunakan saat ini tidak dapat dipisahkan dari fungsinya dalam menyebarkan berbagai bentuk informasi, termasuk video motivasi. Kim (2021) menyatakan bahwa budaya Korea (*Hallyu*) mampu menarik audiens global untuk terlibat dengan beragam konten Korea, tidak hanya sebatas hiburan populer, tetapi juga mencakup konten inspiratif yang memperdalam hubungan emosional dengan budaya Korea. Dengan demikian, video motivasi berbahasa Korea di Youtube juga memperoleh popularitas seiring meningkatnya minat masyarakat global, termasuk Indonesia, terhadap budaya Korea atau yang dikenal dengan istilah *Hallyu* (Shim dalam Valenciana & Pudjibudojo, 2022). Fenomena ini memperlihatkan bagaimana budaya Korea, khususnya dalam bentuk tuturan motivasi yang mampu menembus batas geografis dan bahasa melalui kekuatan media digital. Banyak video presentasi motivasi dalam bahasa Korea yang disampaikan oleh tokoh-tokoh terkenal seperti *idol K-pop*, aktor, dan pemimpin perusahaan besar Korea Selatan, yang umumnya memiliki pengalaman hidup yang inspiratif, pengetahuan mendalam, atau kisah pribadi yang menyentuh.

Melalui presentasi motivasi yang dibawakan secara otentik dan penuh emosi, para pembicara tidak hanya memberikan dorongan motivasi, tetapi juga menyajikan penggunaan bahasa Korea dalam konteks nyata, dan memberikan nilai tambah bagi penonton yang sedang mempelajari bahasa tersebut (Ushioda, 2013). Sehingga audiens tidak hanya menyimak isi pesan, tetapi juga belajar tentang struktur bahasa, gaya tutur, dan ekspresi emosional dalam wacana Korea yang autentik. Dampak dari menonton video presentasi motivasi ini tidak jarang sangat signifikan. Banyak komentar dari penonton yang menunjukkan bahwa mereka merasa terinspirasi dan termotivasi untuk mengambil tindakan perubahan positif dalam hidup mereka setelah menonton video motivasi (Kim, 2021). Dalam interaksi antara pembicara dengan audiens, terjadi berbagai bentuk tuturan yang mengandung maksud-maksud tertentu dari si pembicara. Tuturan-tuturan inilah yang kemudian dapat dianalisis dalam kerangka tindak tutur, yaitu tindakan komunikasi yang dilakukan melalui ujaran, yang dapat mempengaruhi cara audiens memahami, merespons, dan

menafsirkan pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, video presentasi motivasi bahasa Korea di Youtube merupakan objek kajian yang relevan untuk dianalisis dari perspektif pragmatik, khususnya melalui pendekatan tindak tutur ilokusi. Analisis ini dapat mengungkapkan bagaimana struktur linguistik dalam ujaran tersebut mempresentasikan maksud komunikasi serta fungsi sosialnya dalam konteks interaksi verbal.

Tindak tutur dalam kajian pragmatik merupakan tindak tutur yang merujuk pada penggunaan bahasa yang tidak hanya dipahami sebagai rangkaian kata atau kalimat, namun juga sebagai tindakan sosial yang memiliki tujuan tertentu dalam komunikasi (Zafiera dkk., 2024). Tindak tutur artinya dalam melakukan komunikasi seseorang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga tindakan (Fathiyah, 2022). Menurut penelitian Selly (2021) tindak tutur merupakan suatu tindakan yang dilakukan sambil menjalankan tindakan yang sejalan dengan apa yang diucapkan, dengan harapan mendapatkan reaksi tertentu dari kata-kata tersebut. Setiap ucapan memiliki potensi untuk mempengaruhi interaksi sosial, sehingga kesadaran akan maksud dan dampak tindak tutur sangat esensial dalam berkomunikasi. Dengan demikian tindak tutur lebih berfokus pada makna atau tujuan tindakan yang terkandung dalam sebuah tuturan. Dalam konteks presentasi motivasi, komunikasi mampu menginspirasi dan mendorong audiens untuk bertindak sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh pembicara. Proses ini menghasilkan peristiwa tutur atau tindak tutur, di mana penutur yang menyusun informasi secara jelas dan strategis, sehingga pesan dapat dipahami dan menghasilkan respons sesuai harapan.

Tindak tutur merupakan bentuk tindakan yang diwujudkan melalui sebuah tuturan atau ujaran (Yule, 2006). Dalam penggunaan bahasa minimal terdapat tiga jenis tindakan yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi, dan tindak tutur perlokusi. Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang kata, frasa dan kalimatnya memiliki makna yang sesuai dengan kata, frasa dan kalimat yang dituturkan. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang memiliki maksud dan fungsi yang eksplisit. Tindak tutur perlokusi adalah tindak tutur yang menimbulkan pengaruh kepada

mitra tutur. Penelitian ini berfokus pada tindak tutur ilokusi karena tindak tutur ilokusi menekankan pada tujuan atau maksud yang ingin disampaikan oleh penutur kepada lawan tuturnya. Tindak tutur ilokusi berkaitan erat dengan upaya penutur dalam menyampaikan pesan yang memiliki dampak atau pengaruh tertentu terhadap pendengar. Dalam proses komunikasi, setiap individu pada dasarnya tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi secara tersirat melakukan tindakan yang bertujuan untuk memengaruhi respons dari lawan tuturnya. Tuturan yang digunakan oleh penutur menyampaikan maksud tertentu memberikan suatu pengaruh pada lawan tuturnya. Dalam sepanjang tuturan, setiap orang secara tidak langsung juga melakukan sebuah tindakan yang berusaha mempengaruhi lawan tuturnya. Terlebih, dalam konteks menyampaikan presentasi motivasi, tindak tutur ilokusi menjadi salah satu poin penting karena pembicara tidak hanya ingin menyampaikan gagasan atau cerita, tetapi juga berusaha membangkitkan semangat, mengubah pola pikir, serta menggerakkan pendengarnya untuk bertindak. Oleh karena itu pemahaman terhadap tindak tutur ilokusi dapat membantu memaparkan bagaimana struktur dalam presentasi motivasi tersusun secara strategis untuk menciptakan efek persuasif dan inspiratif.

Tindak tutur ilokusi sebagai fokus penelitian ini, menekankan pada maksud penutur untuk memengaruhi lawan tutur menurut (Searle dalam Ilmiyyah, 2021) klasifikasinya terbagi menjadi 5, yaitu Asertif, Direktif, Ekspresif, Komisif, dan Deklaratif. Asertif merupakan tuturan yang melibatkan penutur pada kebenaran preposisi yang diungkapkan. Direktif merupakan tuturan yang diungkapkan oleh penutur yang diungkapkan oleh penutur agar lawan tutur melakukan suatu tindakan. Ekspresif merupakan tuturan yang menunjukkan sikap psikologis penutur terhadap suatu peristiwa. Komisif merupakan tuturan yang menyatakan penawaran atau janji. Deklaratif merupakan tuturan yang menghubungkan isinya dengan kenyataan. Dari lima jenis tindak tutur tersebut, setiap bentuk tuturan dapat diklasifikasikan ke dalam jenis tertentu. Pengelompokan ini bertujuan untuk memahami maksud atau tujuan yang terkandung dalam tuturan secara lebih mendalam.

Sebelumnya penelitian mengenai bentuk tindak tutur ilokusi bukan hal baru untuk diteliti, terdapat beberapa penelitian sebelumnya dengan tema yang sama tetapi memiliki beberapa perbedaan pada konsep peneliti, teori yang digunakan, objek yang diteliti. Penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan sebagai rujukan antara lain Ilmiyah dkk (2021), Setionengrum dkk (2021), Rohmah dkk (2022), Indriani(2022), dan Rosyada dkk (2024) mengkaji tentang tindak tutur yang terdapat di media Youtube. Penelitian mereka memberi dimensi kajian tindak tutur dalam ilmu pragmatik yang terdapat pada presentasi dan video motivasi. Penelitian ini menganalisis jenis tuturan ilokusi dari setiap tuturan yang dibahas dalam sebuah video di media Youtube. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan diteliti, karena penulis akan fokus dalam meneliti bentuk ilokusi dari media Youtube. Dari lima penelitian tersebut memiliki hasil penelitian yang mirip bahwa ditemukan tindak tutur ilokusi dari lima bentuk utama yaitu Asertif, Direktif, Ekspresif, Komisif, dan Deklarasi. Dari lima bentuk tersebut yang paling sering muncul adalah bentuk asertif.

Adapun penelitian mengenai tindak tutur ilokusi bahasa Korea yang dilakukan oleh Khairunnisa (2023) dan Leandro dkk (2022). Penelitian tersebut menganalisis bentuk tuturan ilokusi dalam konteks video *vlog* dan lagu dalam bahasa Korea. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan kesamaan bahwa terdapat bentuk tindak tutur ilokusi Deklarasi, Representatif, Ekspresif, Direktif dan Komisif. Berdasarkan tinjauan penelitian-penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa meskipun kajian mengenai tindak tutur ilokusi dalam berbagai konteks telah banyak dilakukan, namun masih terdapat gap penelitian yang signifikan. Seperti fokus penelitian tidak spesifik pada konten berbahasa Korea, khususnya pada presentasi motivasi. Kemudian dalam penelitian tentang bahasa Korea lebih berfokus pada analisis tindak tutur dalam konteks video *vlog* dan lagu, bukan pada presentasi motivasi di platform digital. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi celah akademis dengan mengkaji tindak tutur ilokusi dalam presentasi motivasi bahasa Korea di Youtube, yang secara spesifik belum banyak diteliti.

Berdasarkan fenomena dan penjelasan penelitian terdahulu di atas, penulis bermaksud untuk menganalisis bentuk tindak tutur ilokusi dalam presentasi motivasi bahasa Korea pada media Youtube. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan objek penelitiannya adalah 4 video presentasi motivasi pada media Youtube. Teori yang digunakan adalah teori tindak tutur ilokusi oleh Searle (1969).

Penelitian ini memiliki urgensi untuk mengkaji secara mendalam penggunaan tindak tutur ilokusi dalam presentasi motivasi bahasa Korea yang tersebar luas melalui platform Youtube, sebagai salah satu fenomena komunikasi digital terkini. Video presentasi tersebut tidak hanya menyampaikan pesan yang inspiratif, tetapi juga membentuk interaksi komunikatif antara pembicara dan audiens melalui penggunaan tuturan yang penuh makna dan sarat akan maksud. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai bentuk tindak tutur ilokusi yang muncul dalam konten Youtube terutama dalam konten video presentasi motivasi bahasa Korea, serta konteks dan tindak tutur penyampaian berpengaruh dalam komunikasi. Dengan menganalisis presentasi motivasi peneliti berharap dapat mengidentifikasi pola-pola komunikasi yang efektif dan dampaknya terhadap pendengar terutama dalam bahasa Korea. Selain itu, pemahaman ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih kontekstual, persuasif, dan bermakna dalam platform digital, serta memperkaya kajian pragmatik dalam konteks komunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah pada penelitian ini atas latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya:

Bagaimana jenis tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam presentasi motivasi bahasa Korea di media Youtube?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan pada penelitian ini atas rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya:

Menganalisis dan mengidentifikasi jenis tuturan ilokusi yang digunakan dalam presentasi motivasi bahasa Korea di Youtube.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis: Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, mengenai tindak tutur khususnya ilokusi serta dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dalam kajian pragmatik.
2. Manfaat Praktis: Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman penggunaan tindak ilokusi dalam meningkatkan keterampilan komunikasi.
 - a. Bagi penulis, menambah pengetahuan lebih dalam mengenai kajian ilmu pragmatik terutama mengenai tindak tutur ilokusi.
 - b. Bagi pemelajar, diharapkan dapat memberikan pemahaman penggunaan tindak tutur ilokusi dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bahasa Korea.
 - c. Bagi masyarakat umum, diharapkan dapat memperluas wawasan mengenai pemahaman tindak tutur ilokusi dalam kehidupan berbagai konteks komunikasi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, ruang lingkup penelitian adalah sebagai berikut.

1. Topik Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis mengenai tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam video motivasi bahasa Korea yang diunggah dalam media Youtube, dengan tujuan untuk memahami bagaimana tuturan tersebut memengaruhi emosi, sikap, serta tindakan para pendengar atau penonton.

2. Subjek penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah video motivasi bahasa Korea yang diunggah dalam media Youtube.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengambilan data dilakukan dengan teknik simak dan catat di mana peneliti mengamati secara cermat setiap tuturan yang terdapat dalam video, kemudian mencatat dan mengklasifikasikannya berdasarkan kategori tindak tutur asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif.

4. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan beberapa video motivasi bahasa Korea yang tersedia dalam media Youtube, sehingga tidak mencakup keseluruhan video motivasi yang ada. Penelitian ini hanya berfokus pada analisis tindak tutur ilokusi tanpa meneliti jenis tindak tutur yang lainnya.