

STRATEGI BERBAHASA DALAM VLOG ULASAN LIPSTIK LOKAL (Kajian Pragmastilistika)

Diya Pratiwi

Drs. H. Kholid Abdullah H., M.Pd. “Penulis Penanggung Jawab”

Sri Wiyanti, M.Hum. “Penulis Penanggung Jawab”

Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia – SI, Fakultas Bahasa dan Sastra,
Universitas Pendidikan Indonesia

Jl. Dr. Setiabudi, No. 229, Bandung

Pos-el: diyaprtw96@gmail.com; kholidharras@gmail.com; sriwiyanti7903@upi.edu

Abstrak

Dalam penelitian ini dipaparkan strategi kebahasaan yang digunakan seorang *vlogger* untuk mengulas produk lipstik lokal yang diperoleh melalui sistem *endorsement* ataupun secara gratis. Berdasarkan hasil penelitian Jajak Litbang *Kompas* 2016 diketahui sejumlah 30,7% dari 655 responden yang berusia minimal 17 tahun menggunakan kosmetik karena terpengaruh dari media *Youtube*, termasuk penggunaan produk lipstik lokal. Terkait hasil survei tersebut, bahasa lisan yang digunakan oleh para *vlogger* sebagai upaya mempromosikan produk lipstik lokal melalui media *Youtube* diduga mengandung strategi tertentu. Oleh karena itu, diperlukan sebuah deskripsi untuk mengungkap hal tersebut. Salah satu deskripsi yang diperlukan ialah mengungkap strategi bahasa yang digunakan *vlogger* dengan pendekatan pragmastilistika. Dengan menggunakan teori Pragmatik dan Stilistika, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan data berupa tuturan dalam vlog ulasan lipstik “Wardah” dan “Purbasari” pada akun *Youtube* Suhay Salim yang meliputi jenis tindak tutur berdasarkan verba performatif, gaya bahasa berdasarkan majas dan citraan, serta daya tutur berdasarkan respons dalam kolom komentar vlog. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Adapun teknik pengolahan data meliputi pengumpulan data, reduksi data, klasifikasi data, analisis serta pembahasan, penyimpulan, dan penyajian hasil. Instrumen yang digunakan berupa kartu data. Temuan penelitian meliputi jenis tindak tutur dengan pola asertif-menyatakan dan majas penegasan polisindeton. Kedua temuan tersebut paling banyak dimanfaatkan penutur sebagai gaya dalam mengulas produk lipstik lokal “Wardah” dan “Purbasari” dalam vlog Suhay Salim. Dari seluruh komentar yang tertera, terungkap lima klasifikasi respons pemirsa yang menunjukkan keberhasilan daya tutur ulasan dalam menarik minat pemirsa sebagai calon konsumen. Dengan kata lain, pemanfaatan strategi bahasa dalam ulasan digunakan untuk memopulerkan produk tersebut.

Kata Kunci: Pragmastilistika, tindak tutur, majas, citraan, respons

Abstract

This research describes the language strategy used by a vlogger to review local lipstick products obtained through endorsement system or for free. Based on research results of 2016 by Jajak Litbang *Kompas* is known a number of 30.7% of 655 respondents aged at least 17 years using cosmetics as affected from Youtube, including the use of local lipstick products. Related to the results of the survey, the spoken language used by the vlogger as an effort to promote local lipstick products through Youtube allegedly contains a certain strategy. Therefore, a description is needed to reveal it. One of the descriptions required is to uncover the language strategy used by the vlogger with the pragmastylistics approach. By using Pragmatic and Stylistics theory, this research is aimed to describe data in the form of speech in the vlog of lipstick "Wardah" and "Purbasari" on Youtube Suhay Salim account which include speech act type based on performative verb, language style based on figure of speech and image, and speech based on response in vlog comment section. Qualitative method used in this research. The data processing techniques include data collection, data reduction, data classification, analysis and discussion, inferences, and presentation of results. Instruments used in the form of data cards. The findings of the study included the type of speech acts with assertive-declaring patterns and polysindeton as figure of speech. Both of these findings are most used by speakers as a style in reviewing local lipstick products of "Wardah" and "Purbasari" Suhay Salim's vlog. Of all the comments, five classification of audience responses revealed the success of the review power in attracting viewers as potential customers. In other words, the use of language strategies in reviews is used to popularize the product.

Key Word: Pragmastylistic, speech act, figure of speech, image, response