

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia bisnis terdapat beberapa macam komunikasi verbal untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain, salah satunya dengan memberi informasi kepada pelanggan yang meminta informasi tentang produk-produk baru (Purwanto, 2005, hlm. 5). Salah satu media penyampaian pesan-pesan bisnis pada pihak lain, yaitu melalui video blog. Fenomena video blog atau biasa disebut vlog saat ini mulai menarik banyak perhatian masyarakat Indonesia. Konten vlog biasanya meliputi kegiatan sehari-hari *vlogger*. Tidak jarang konten video beberapa *vlogger* memuat ulasan (*review*) atau testimoni berupa komentar atau pendapat mereka terhadap produk tertentu, misalnya penilaian dari segi bentuk, tekstur, kegunaan produk, kekurangan dan kelebihan produk. Produk tersebut dapat diperoleh melalui sistem *endorsement*. Selain itu, produk juga dapat diterima secara gratis. Ulasan produk dalam vlog yang mengandung maupun tidak mengandung *endorsement* tidak lepas dari upaya promosi atau bisnis.

Calon konsumen biasanya membaca atau menyaksikan ulasan terlebih dahulu sebelum membeli suatu produk. Hal itu dapat dibuktikan dari hasil survei terbuka yang dilakukan oleh platform Jajak Pendapat (Jakpat) pada tahun 2016 (<https://dailysocial.id/post/survei-masyarakat-indonesia-makin-selektif-berbelanja-berkat-e-commerce>), sejumlah 90%. Salah satu produk yang banyak diulas dalam vlog ialah lipstik lokal. Berdasarkan hasil penelitian Jajak Litbang Kompas 2016 dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* oleh *Beauty vlogger* terhadap *Brand Image Lip Coat by Lizzie Parra*” (Defani, 2017), diketahui sejumlah 30,7% dari 655 responden yang berusia minimal 17 tahun menggunakan kosmetik karena terpengaruh dari media *Youtube*. Kemudian terdapat pula pernyataan bahwa lipstik merupakan jenis kosmetik yang menjadi salah satu kebutuhan wanita, terutama wanita karier yang dituntut berpenampilan menarik (Ramadhani, 2016).

Adapun produk lipstik lokal yang menjadi data dalam penelitian ini ialah “Wardah” dan “Purbasari” yang diulas di akun *Youtube* seorang *beauty vlogger*

bernama Suhay Salim (<https://www.youtube.com/user/suhay12>). Vlog ulasan lipstik lokal dalam akun Suhay Salim diduga mengandung strategi bahasa. Selain itu, berdasarkan artikel yang ditulis Tria Nita Situmorang (<https://www.hipwee.com/list/ini-dia-9-beauty-vlogger-lokal-yang-wajib-kamu-subscribe/>), Suhay Salim termasuk satu dari sembilan *beauty vlogger* lokal yang wajib di-*subscribe*, sedangkan lipstik “Wardah” dan “Purbasari” termasuk lipstik lokal terpopuler berdasarkan artikel yang ditulis Febria Silaen (<https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/lipstik-lokal-yang-populer>).

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 pragmatilistika. Strategi bahasa tersebut di antaranya terdapat pada tindak tutur dan gaya bahasa seperti pada contoh tuturan ulasan lipstik “Wardah” dalam vlog Suhay Salim yang berjudul “Wardah *Intense Matte Lipstick Review & Swatches* | suhaysalim” 4 Agustus 2016 sebagai berikut:

- (01) “...Jadi hasilnya masih lebih *creamy* daripada yang *longasting* cuma warnanya *nutup* banget, tapi *the best part is* sama seperti semua lipstik “Wardah”, *kalo lo pake lo* nggak berasa *pake* lipstik.”

Konteks: *vlogger* sedang mengulas tekstur lipstik saat digunakan di bibir. Tuturan tersebut tidak hanya digunakan untuk menyatakan sesuatu. Wujud pragmatis tuturan (01) adalah tindak tutur asertif yang mengandung maksud memberitahukan. Lebih jauh lagi, penutur ingin pemirsa merasakan teksturnya juga. Dalam stilistika tuturan (01) termasuk majas asindenton atau bersifat padat ketika klausa berurutan tidak dihubungkan dengan kata sambung. Selain itu, tuturan di atas juga mengandung citraan perabaan.

Dengan menggunakan kajian gaya bahasa, sebuah bahasa bisa dikaji strategi kebahasaannya, lalu penggunaan strategi tersebut secara pragmatis dapat ditafsirkan maksud dan tujuan penggunaannya sehingga dapat diketahui

kekhasannya (Nurhadi, 2013, hlm. 5-6). Menurut Mey, pendekatan pragmatistika merupakan cabang ilmu stilistika yang mempelajari bagaimana isu pragmatik mengangkat perangkat gaya bahasa dan bagaimana perangkat gaya bahasa membentuk ujaran-ujaran yang tepat dalam konteks sosial. Berbagai ragam gaya bahasa menunjukkan titik temu antara pragmatik dan stilistika, yakni bagaimana verba performatif dan jenis tindak tutur dapat digunakan untuk memperoleh daya pengaruh dari gaya bahasa (Bossan, 2017, hlm. 4). Sejalan dengan pernyataan tersebut, Hickey (1993, hlm. 578) menyatakan dalam menganalisis teks tertentu, pendekatan pragmatistika berfokus terhadap ciri bahasa yang dapat dipilih atau telah dipilih oleh pembicara dari susunan bentuk yang dapat diterima pada bahasa semantik dengan pencapaian tujuan atau cara yang berbeda.

Untuk mengetahui apakah tuturan ulasan memiliki daya sehingga seseorang membeli produknya atau tidak, perlu dilakukan kajian tambahan yaitu dilihat dari kolom komentar vlog ulasan tersebut. Strategi bahasa yang terbentuk dalam penyampaian suatu ulasan produk oleh seorang *vlogger* dapat memunculkan persepsi pada pemirsa, guna membentuk kepercayaan pada produk atau merek tersebut. Berikut salah satu tanggapan pemirsa di kolom komentar vlog ulasan tersebut yang menunjukkan adanya respons dari ulasan *vlogger*.

(1) “haduhhhh.....racun lagi racun lagi.....☺☺☺beli ahhhhh”

Dari penjelasan di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk membuktikan hasil temuan baru yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian sejenis mengenai produk kosmetik lokal sudah pernah dilakukan oleh Ramadhani (2016) dalam skripsinya yang membahas tentang pengaruh *online review* dalam *user generated content* “Purbasari Lipstick Color Matte” terhadap *brand image* kosmetik “Purbasari”. Dalam penelitian tersebut, produk kosmetik lokal dikaji menggunakan pendekatan ilmu komunikasi. Kesimpulan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa *online review* dalam *user generated content* (UGC) “Purbasari” lipstick color matte benar-benar berpengaruh terhadap *brand image* kosmetik “Purbasari” dan “Purbasari” dianggap sebagai merek kosmetik lokal yang berkualitas baik, alami, terpercaya, mampu bersaing

dengan produk lokal maupun impor, serta mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penelitian bahasa dengan pendekatan pragmatilistika sendiri pernah dilakukan peneliti-peneliti lain dari berbagai bidang. Dari segi medis, Darmayanti, Nurhadi, dan Yubiliana (2015) melakukan penelitian mengenai strategi kebahasaan dalam praktik terapi hipnodontik. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dalam merealisasikan terapi hipnosis bagi pasiennya, seorang dokter gigi memanfaatkan pemarkah-pemarkah linguistik yang bersistem. Selanjutnya dari segi pendidikan, Nurhadi dan Rahma (2016) melakukan penelitian tentang pemanfaatan strategi kebahasaan motivator untuk menumbuhkan motivasi dalam konteks pembelajaran. Penelitiannya bertujuan mendeskripsikan tipe tindak tutur dan gaya kebahasaan yang digunakan motivator dalam memberikan motivasi.

Terdapat juga penelitian dari segi politik yang dilakukan oleh Abuya (2012) tentang pidato pengukuhan Presiden Goodluck Ebele Jonathan. Dalam penelitian tersebut Abuya menguji tindak linguistik yang terkandung dalam pidato pengukuhan Goodluck Ebele Jonathan sebagai Presiden Nigeria dengan menggunakan pendekatan pragmatilistika. Selanjutnya dari segi hiburan terdapat penelitian Wahyuni (2016) mengenai parodi Presiden Indonesia dalam komedi situasi Kampung KW. Dalam penelitian tersebut Wahyuni mengkaji parodi yang mengandung imitasi terhadap presiden, hiburan, sekaligus kritik sosial bagi masyarakat dan efek yang dihasilkan dari dialog para tokoh dalam Kampung KW sebagai bagian dari parodi dengan pendekatan pragmatilistika. Dari beberapa penelitian sebelumnya, penelitian pada ulasan produk lipstik lokal dalam vlog belum pernah dilakukan. Dengan demikian, penelitian bahasa dengan pendekatan pragmatilistika ini perlu dilakukan untuk mengungkap strategi kebahasaan yang digunakan dalam mengulas lipstik lokal.

B. Masalah Penelitian

Dalam bagian ini akan dipaparkan perihal (1) identifikasi masalah, (2) batasan masalah, dan (3) rumusan masalah. Berikut identifikasi masalah dalam penelitian ini.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari penelitian ini dipaparkan seperti berikut.

- 1) Tuturan pada vlog ulasan produk yang disampaikan seorang *vlogger* mengandung strategi bahasa yang terdapat pada jenis tindak tutur berdasarkan verba performatif dan gaya bahasa berdasarkan majas dan citraan yang digunakan.
- 2) Tuturan *vlogger* dalam menyampaikan ulasan memunculkan reaksi tertentu, seperti keinginan memiliki produk yang diulas.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, ditemukan tiga batasan masalah sebagai berikut.

- 1) Data tuturan ulasan yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari vlog ulasan lipstik “Wardah” dan “Purbasari” pada akun *Youtube* Suhay Salim yang diidentifikasi mengandung berbagai strategi bahasa dan merupakan satu dari sembilan *beauty vlogger* lokal yang wajib di-*subscribe* berdasarkan artikel pada laman <https://www.hipwee.com/list/ini-dia-9-beauty-vlogger-lokal-yang-wajib-kamu-subscribe/>.
- 2) Penelitian ini ditekankan pada jenis tindak tutur berdasarkan verba performatif yang merupakan salah satu strategi bahasa dalam vlog Suhay Salim dengan konten ulasan produk lipstik “Wardah” dan “Purbasari”.
- 3) Penelitian ini ditekankan pada gaya bahasa berdasarkan majas dan citraan yang merupakan salah satu strategi bahasa dalam vlog Suhay Salim dengan konten ulasan produk lipstik “Wardah” dan “Purbasari”.
- 4) Penelitian ini ditekankan pada daya tutur dengan mengklasifikasikan respons pemirsa dalam kolom komentar vlog Suhay Salim dengan konten ulasan produk lipstik “Wardah” dan “Purbasari”.

3. Rumusan Masalah

Penelitian ini akan dipusatkan pada tindak tutur dan gaya bahasa. Perihal tersebut akan ditelusuri melalui pertanyaan penelitian sebagai berikut.

- 1) Jenis tindak tutur apa saja yang digunakan *vlogger* dalam vlog ulasan produk lipstik lokal berdasarkan verba performatif?
- 2) Gaya bahasa apa saja yang digunakan *vlogger* dalam vlog ulasan produk lipstik lokal berdasarkan majas dan citraan?
- 3) Bagaimana daya tuturan *vlogger* dalam vlog ulasan produk lipstik lokal berdasarkan respons dalam kolom komentar?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut.

- 1) jenis tindak tutur *vlogger* dalam vlog ulasan produk lipstik lokal berdasarkan verba performatif;
- 2) gaya bahasa *vlogger* dalam vlog ulasan produk lipstik lokal berdasarkan majas dan citraan;
- 3) daya tutur *vlogger* dalam vlog ulasan produk lipstik lokal berdasarkan respons dalam kolom komentar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoretis maupun manfaat praktis. Adapun uraiannya ialah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Manfaat penelitian secara teoretis diharapkan dapat memberikan sumbangan analisis bagi perkembangan disiplin ilmu linguistik khususnya pada kajian semantik dan pragmatilistika.

2. Manfaat Praktis

Sementara itu, manfaat praktis yang dapat diperoleh dari penelitian ini ialah sebagai berikut.

- 1) Landasan untuk mengulas (*review*) suatu produk dalam media sosial.

- 2) Memberikan pengetahuan kepada perusahaan yang melakukan sistem *endorsement* atau sponsor mengenai strategi kebahasaan yang dapat meninggalkan kesan pada konsumen.
- 3) Bahan acuan penggunaan bahasa dengan strategi pragmatik dan stilistika dalam bidang komunikasi bisnis.

E. Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini disusun sistematis dari Bab I sampai Bab V. Berikut diuraikan sistematika yang digunakan dalam penulisan skripsi ini.

Pada Bab I akan dipaparkan latar belakang penelitian, masalah penelitian yang di dalamnya memuat identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah. Setelah itu dilanjutkan dengan tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis. Selanjutnya akan dijabarkan struktur organisasi skripsi.

Pada Bab II akan dipaparkan perihal teori yang digunakan dalam menganalisis dan menjelaskan fenomena yang ada. Selain itu dipaparkan juga tinjauan pustaka berupa penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan skripsi ini. Pada Bab III akan dipaparkan metodologi penelitian yang meliputi metode penelitian, data dan sumber penelitian, desain penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik pengolahan data.

Pada Bab IV akan dipaparkan deskripsi jenis tindak tutur *vlogger* berdasarkan verba performatifnya, jenis gaya bahasa berdasarkan majas dan citraan dalam tuturan, dan daya tuturan berupa respons pemirsa dalam kolom komentar akun *vlogger* tersebut. Pada akhirnya, skripsi ini ditutup dengan Bab V yang berisi simpulan dari paparan pada Bab IV, implikasi, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.