

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai hal yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta struktur organisasi skripsi.

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri tentunya manusia membutuhkan orang lain. Dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia untuk bersosialisasi maka manusia melakukan kegiatan komunikasi. Manusia berkomunikasi dengan menggunakan berbagai macam media, salah satunya adalah bahasa.

Bahasa berperan sebagai media komunikasi artinya bahasa dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dalam kehidupan sosial manusia baik secara tulisan maupun lisan. Seperti yang kita ketahui, penyampaian informasi secara tertulis adalah proses penyampaian informasi melalui tulisan atau simbol. Sedangkan penyampaian informasi secara lisan adalah perpindahan informasi dari manusia satu ke manusia yang lainnya dengan bercakap-cakap secara langsung.

Pada era industri 4.0 ini, akses manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi semakin berkembang. Proses komunikasi saat ini bisa dilakukan melalui media elektronik maupun cetak. Tindakan komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Ada yang dilakukan secara langsung seperti percakapan tatap muka dan yang dilakukan secara tidak langsung seperti komunikasi melalui media perantara contohnya majalah, surat kabar, radio dan televisi.

Dari berbagai macam cara berkomunikasi yang dilakukan manusia secara lisan ada satu cara yang umum dilakukan yaitu presentasi. Menurut Sutomo (2007, hlm. 1) “Presentasi merupakan sebuah kegiatan aktif dimana seorang pembicara menyampaikan dan mengkomunikasikan ide serta informasi kepada sekelompok audiens”. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa presentasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada pendengar oleh pembicara. Secara spesifik presentasi mempunyai tujuan yang

beragam sebagaimana diungkapkan oleh Triwahyuni dan Kadir (2004, hlm 1) bahwa “Presentasi merupakan kegiatan yang penting dalam mengkomunikasikan suatu gagasan kepada orang lain dengan berbagai tujuan, misalnya untuk menarik audiens agar membeli produk, menggunakan jasa, atau untuk kepentingan orang lain”.

Melalui presentasi, pendengar akan mendapatkan banyak informasi yang menarik dan beragam. Salah satunya adalah dalam dunia bisnis dan industri seperti perusahaan pangan, kosmetik, tekstil hingga otomotif. Dalam dunia bisnis, presentasi menjadi alat untuk memperkenalkan serta memasarkan produk yang akan ditawarkan. Melalui presentasi yang dilakukan dengan baik dan dikemas secara menarik, produk yang ditawarkan akan lebih mudah dikenal dan tentunya membuat pendengar berminat untuk membeli produk yang ditawarkan.

Sebuah produk tidak akan laku terjual apabila tidak diperkenalkan kepada khalayak umum, tentunya dibutuhkan sebuah wadah yang mudah diakses dan dapat menyampaikan informasi secara menyeluruh. Di sinilah peranan publikasi dibutuhkan yaitu melalui presentasi. Dalam kegiatan presentasi, pembicara tentu tidak sembarangan menyusun kalimat yang akan diucapkannya. Bahkan beberapa perusahaan memiliki SOP (Standar Operasional Prosedur) tertentu untuk karyawan yang akan melakukan presentasi produk perusahaan di depan media atau calon konsumen.

Perbedaan SOP atau cara presentasi yang ada di setiap perusahaan yang tersebar di berbagai negara tersebut tentunya memberikan efek yang berbeda pula terhadap angka penjualannya. Salah satu negara maju yang saat ini perusahaannya tengah menjadi perhatian dunia adalah Korea Selatan. Korea Selatan telah berhasil dikenal sebagai negara tuan rumah produsen otomotif di wilayah Asia menyaingi Jepang. Salah satu perusahaan otomotif terbesar di Korea Selatan adalah Hyundai Motor. Menurut artikel *Forbes* (2018), beberapa mobil buatan perusahaan Korea Selatan seperti Hyundai dan Kia dianggap lebih baik dari merek mobil dari negara lainnya termasuk Jepang, Amerika dan Eropa. Hal ini dibuktikan dengan jumlah penjualan global untuk mobil Jepang tahun 2018 mencapai 5,2 juta unit, sementara

penjualan mobil Korea Selatan mencapai 8,2 juta unit secara global (CNBN Indonesia, 2019).

Hyundai Motor memang merupakan perusahaan otomotif Korea Selatan yang sudah mendunia. Terlebih lagi Hyundai Motor memiliki visi “*Together for a Better Future*” atau “Bersama untuk Masa Depan yang Lebih Baik” menunjukkan bahwa Hyundai Motor berkomitmen terhadap kepuasan pelanggan serta pertumbuhan kualitas. Maka dari itu, untuk menjalankan visi tersebut Hyundai Motor selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada pelanggannya termasuk dalam kegiatan peluncuran produk melalui media presentasi yang dikemas sebaik mungkin sehingga dapat memikat hati calon konsumen.

Kesuksesan perusahaan Hyundai Motor dalam memasarkan produknya memang disebabkan oleh berbagai faktor. Namun seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, salah satu faktor suatu produk berhasil terjual adalah karena adanya publikasi produk melalui presentasi yang dilakukan oleh pembicara dari pihak perusahaan. Kalimat-kalimat yang disusun pembicara dalam presentasi tersebut mengandung tindak tutur di dalamnya, sehingga membuat pembaca atau pendengar akan terpengaruh. Menurut Suandi, N. (2014) tindak tutur adalah kemampuan seorang individu melakukan tindak ujaran yang mempunyai maksud tertentu sesuai dengan situasi tertentu.

Konsep yang dimiliki *speech act* atau tindak tutur ini memiliki kaitan erat dengan ilmu pragmatik yakni ilmu yang mengkaji pemakaian bahasa dengan berbagai perspektif dari penuturnya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Cruse (dalam Cummings, 2007, hlm. 2).

Pragmatik dapat dianggap berurusan dengan aspek-aspek informasi (dalam pengertian yang paling luas) yang disampaikan melalui bahasa yang (a) tidak dikodekan dan konvensi yang diterima secara umum dalam bentuk-bentuk linguistik yang digunakan, namun yang (b) juga muncul secara alamiah dari dan tergantung pada makna-makna yang dikodekan secara konvensional dengan konteks tempat penggunaan bentuk-bentuk tersebut.

Speech act atau tindak tutur terdiri dari dua komponen yaitu *speech* “ujaran” dan *act* “tindakan”. Kedua istilah tersebut sering membentuk makna yang sama dengan maksud penutur atau bahkan memiliki makna yang berbeda dalam prosesnya.

Setidaknya ada tiga jenis tindak tutur, yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi (Austin dalam Nadar, 1962, hlm. 94). Lebih lanjut, Austin menjelaskan bahwa tindak tutur lokusi merupakan tindakan yang menyatakan sesuatu (*an act of saying something*), sedangkan tindak tutur ilokusi merupakan tindakan untuk melakukan sesuatu (*an act of doing something*), dan tindak perlokusi merupakan tindakan yang mempengaruhi mitra tutur (*an act of affecting someone*) (dalam Wijana 1996, hlm. 17). Sementara itu, Nadar (2009, hlm. 14) berasumsi bahwa dari ketiga jenis tersebut, tindak tutur ilokusi merupakan tindak tutur terpenting dalam kajian dan pemahaman tindak tutur atau *speech act*. Menurut Searle (1979, hlm. 8) ada lima tindak tutur ilokusi berdasarkan fungsinya yaitu tindak tutur asertif, direktif, komisif, ekspresif, serta deklaratif.

Berdasarkan penjelasan dan alasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tindak tutur yang terdapat dalam video presentasi peluncuran produk mobil Hyundai Motor untuk mengetahui jenis tindak tutur dan kata kerja penanda tuturan dalam Bahasa Korea yang biasa digunakan dalam presentasi berbahasa Korea.

Terdapat beberapa penelitian mengenai tindak tutur dalam media video yang menjadi acuan dalam penelitian ini, beberapa diantaranya dilakukan oleh Sendilatta (2013), Wengrum (2014), Yuliana (2015) dan Astuti (2019). Penelitian-penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui jenis tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam objek penelitian yang berupa film, *reality show* dan kartun. Kesimpulan dalam penelitian tersebut adalah ditemukannya tindak tutur ilokusi direktif yang menyatakan berbagai macam fungsi. Namun, fungsi tindak tutur yang selalu ditemui pada setiap penelitian adalah tindak tutur ilokusi direktif yang menyatakan permintaan dan perintah. Hal tersebut dikarenakan tuturan yang terdapat dalam objek penelitian merupakan tuturan yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan kondisi yang tidak formal. Selain itu, partisipan yang ada dalam objek tersebut memiliki usia yang beragam sehingga tuturan yang diutarakan oleh penutur yang usianya lebih muda kepada penutur yang lebih tua banyak menggunakan tuturan dengan fungsi permintaan. Sedangkan untuk tuturan yang diutarakan oleh penutur yang usianya lebih tua ke pendengar yang lebih muda banyak menggunakan tuturan dengan fungsi perintah.

Selanjutnya penelitian yang mempunyai objek Bahasa Korea, yaitu penelitian oleh Nilasari (2014) dan Rizkia (2016). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui jenis dan fungsi tindak tutur yang terdapat dalam video yang penuturnya menggunakan Bahasa Korea saat berkomunikasi. Penelitian tersebut memiliki kesimpulan bahwa terdapat jenis tindak tutur ilokusi dengan fungsi direktif dan komisif yang mempunyai bentuk beragam seperti memerintah, memohon dan menasihati. Namun tindak tutur ilokusi direktif lebih banyak ditemukan dibandingkan tindak tutur ilokusi komisif. Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti beranggapan bahwa yang menyebabkan tindak tutur direktif lebih banyak ditemukan adalah karena objek penelitiannya merupakan tuturan yang digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Pada kegiatan ini biasanya orang-orang menggunakan tuturan sederhana yang maksud tuturannya adalah untuk melakukan keinginan penutur itu sendiri. Dalam penelitian ini tidak ditemukan begitu banyak tindak tutur komisif seperti perjanjian atau penandatanganan kontrak yang biasanya lebih banyak ditemukan dalam kondisi formal seperti acara peresmian toko baru, perjanjian antarnegara dan sebagainya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai tindak tutur ilokusi dalam media video sudah banyak dilakukan. Namun, belum ada yang mengangkat penelitian tindak tutur ilokusi dalam kegiatan presentasi peluncuran produk.

Peneliti beranggapan bahwa tindak tutur yang digunakan dalam kegiatan presentasi peluncuran produk menjadi keahlian yang memang harus dimiliki oleh seorang pembicara. Namun, peneliti masih banyak menemukan kesulitan yang dialami oleh mahasiswa Pendidikan Bahasa Korea khususnya yang mengambil konsentrasi *KSP (Korean for Specific Purpose)* dalam melakukan presentasi dengan menggunakan Bahasa Korea. Padahal mahasiswa *KSP* disiapkan untuk menghadapi dunia kerja di berbagai jenis perusahaan industri Korea.

Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Tindak Tutur Ilokusi dalam Video Presentasi Peluncuran Produk Mobil Hyundai Motor: Kajian Pragmatik”. Penelitian ini menarik untuk diteliti karena selain belum adanya penelitian mengenai tindak tutur pada video presentasi peluncuran produk, Hyundai

Motor juga merupakan perusahaan otomotif dari Korea Selatan yang kualitasnya sudah diakui oleh dunia. Selain itu, Hyundai Motor mempunyai visi “*Together for a Better Future*” atau “Bersama untuk Masa Depan yang Lebih Baik” yang menunjukkan bahwa Hyundai Motor selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada pelanggan termasuk dalam acara peluncuran produk barunya. Tuturan yang digunakan dalam acara peluncuran produk dikemas dengan kata-kata yang mampu mempengaruhi konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber wawasan bagi peneliti selanjutnya dalam melaksanakan penelitian mengenai presentasi khususnya dalam Bahasa Korea. Selain itu, peneliti juga berharap bahwa penelitian ini bisa menjadi sumber referensi bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa Korea saat mempersiapkan diri untuk melakukan presentasi bisnis di berbagai jenis perusahaan Korea Selatan.

1.2 Batasan Masalah Penelitian

Pembatasan masalah perlu dilakukan agar pembahasan tidak terlalu melebar. Dalam penelitian ini batasan masalahnya adalah sebagai berikut.

- 1) Penelitian ini hanya meneliti bentuk tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam 4 video presentasi peluncuran produk mobil Hyundai Motor.
- 2) Penelitian ini hanya meneliti penanda tuturan yang terkandung dalam masing-masing tindak tutur ilokusi menurut penggolongan John R. Searle yang terdapat dalam video presentasi produk mobil Hyundai Motor pada tahun 2018 dan 2019.
- 3) Penelitian ini hanya meneliti strategi yang terkandung dalam masing-masing tindak tutur ilokusi menurut penggolongan John R. Searle yang terdapat dalam video presentasi produk mobil Hyundai Motor pada tahun 2018 dan 2019.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan utama yang menjadi bagian penting dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana tindak tutur pembicara pada peluncuran Hyundai Motor dalam Presentasi Produk Mobil?”. Adapun rumusan pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana bentuk tindak tutur ilokusi pembicara pada presentasi peluncuran produk Mobil Hyundai Motor?
- 2) Bagaimana bentuk penanda tutur pembicara Hyundai Motor pada presentasi peluncuran produk mobil Hyundai Motor?
- 3) Bagaimana strategi tindak tutur pembicara Hyundai Motor pada presentasi peluncuran Produk Mobil Hyundai Motor?

1.4 Tujuan Penelitian

- 1) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk tindak tutur pembicara pada presentasi Peluncuran Produk Mobil Hyundai Motor
- 2) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk penanda tutur pembicara Hyundai Motor pada presentasi peluncuran produk mobil Hyundai Motor
- 3) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi tindak tutur pembicara pada Presentasi Peluncuran Produk Mobil Hyundai Motor

1.5 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian mengenai tindak tutur pada kegiatan presentasi, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan sumbangan wawasan terhadap perkembangan ilmu pragmatik. Selain itu, objek penelitian yang berbahasa Korea tersebut juga diharapkan dapat menjadi sumber acuan bagi kajian berbahasa Korea yang lain, khususnya yang berkaitan dengan bentuk dan strategi tindak tutur.

- 2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi yang positif bagi orang-orang yang akan melakukan presentasi bisnis dalam Bahasa Korea khususnya agar bisa menjelaskan gambaran tindak tutur yang terkandung dalam presentasi bisnis peluncuran produk perusahaan terkenal dalam bidang otomotif atau lainnya.

1.6 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi penulisan skripsi ini mencakup lima bab. Adapun kelima bab ini uraiannya sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan. Pada bab ini akan dipaparkan mengenai hal-hal dasar dalam penulisan skripsi. Hal-hal yang akan dimuat dalam pendahuluan ini diantaranya adalah latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi. Hal yang menjadi dasar dari penulisan skripsi ini tentunya akan dimuat banyak pada latar belakang penelitian. Pada bagian latar belakang juga akan dipaparkan mengenai keresahan atau fenomena yang ditemukan peneliti sehingga merasa hal ini harus diteliti. Kemudian pada sub bab rumusan masalah akan dicantumkan beberapa poin permasalahan yang harus diselesaikan oleh peneliti. Setelah mengidentifikasi masalah apa saja yang akan dibahas, peneliti akan memaparkan tujuan dan manfaat penelitian. Dari tujuan dan manfaat inilah peneliti bisa mengungkapkan alasan dasar dari kepenulisan skripsi.

Bab 2 Kajian Pustaka, bab ini berisi tentang konsep dan teori yang dipakai untuk penulisan penelitian. Perlu adanya beberapa konsep yang mendasari penulisan yang akan ditulis. Sehingga peneliti bisa mengarahkan penulisannya lebih sistematis. Peneliti akan menguraikan konsep-konsep yang berkaitan dengan tema penelitian. Kemudian teori mana yang menunjang penulisan peneliti, sehingga penulisan tetap pada jalur yang sesuai dengan judul penelitian. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori pragmatik, teori tindak tutur dan presentasi. Teori tindak tutur yang akan digunakan akan dibahas lebih rinci yakni jenis tindak tutur, penanda tuturan dan strategi tuturan. Pada bagian terakhir dalam bab kajian pustaka ini akan dipaparkan juga penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti dalam melakukan penulisan skripsi.

Bab 3 Metode Penelitian, bab ini membahas langkah-langkah metode dan teknik penulisan yang peneliti gunakan dalam mencari sumber-sumber, cara pengolahan sumber, serta analisis dan cara penulisannya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Tahapan-tahapan metodenya adalah sebagai

berikut: pengumpulan data (*data collection*), pereduksian data (*data reduction*), penyajian data dan kesimpulan.

Bab 4 Hasil Temuan dan Pembahasan. Pada bab ini akan lebih ditekankan pada isi daripada penulisan yang dimaksud. Peneliti akan memaparkan juga secara jelas jawaban dari rumusan masalah yang diajukan pada bab 1 dengan metode yang sudah dijelaskan pada bab 3.

Bab 5 Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi, pada bab ini peneliti mengemukakan kesimpulan terhadap beberapa permasalahan yang telah diajukan pada bab 1. Hal ini tentunya dilakukan setelah peneliti menemukan semua fakta yang ada dengan didukung oleh berbagai literatur yang telah dipelajari sebelumnya. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang intinya memberikan rekomendasi terhadap pembaca khususnya mahasiswa yang mengambil jurusan Bahasa Korea dalam melakukan presentasi dan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai tindak tutur dalam kegiatan presentasi.