

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa adalah salah satu komponen yang keberadaannya penting dalam kehidupan manusia, karena manusia tidak dapat berkomunikasi tanpa adanya bahasa. Komunikasi ini dilakukan manusia melalui penggunaan bahasa. Dalam interaksi komunikasi yang dilakukan antar individu atau kelompok pastinya mengandung sebuah percakapan. Percakapan ini mengakibatkan adanya tindak tutur. Tindak tutur merupakan bagian komunikasi yang berfungsi untuk menyatakan sesuatu atau melakukan sesuatu antara penutur dan mitra tutur. Teori tindak tutur ini memusatkan perhatian dalam penggunaan bahasa untuk mengkomunikasikan maksud serta tujuan yang digunakan oleh penutur. Austin (1962) mengemukakan bahwa ketika seseorang mengatakan sesuatu maka ia juga sedang melakukan sesuatu. Hal tersebut diperlukan agar proses dalam pertukaran pesan dalam tuturan dapat tercapai sesuai maksud serta tujuan yang diharapkan oleh penutur dan mitra tutur.

Tindak tutur juga memiliki peran bahasa dalam interaksi komunikasi antarmanusia. Penggunaan bahasa yang dilakukan antara penutur dan mitra tutur dalam situasi tertentu akan selalu dikaitkan dengan kaidah-kaidah tuturan yang sesuai. Selain itu, pengguna bahasa juga perlu memperhatikan tata cara berbahasa atau tuturan yang dilakukan sesuai dengan norma yang ada agar tidak ada kesalahan dalam berkomunikasi. Apabila, ada kesalahan dalam berkomunikasi, pengguna bahasa tidak akan mendapatkan informasi dari suatu ujaran tersebut.

Tindak tutur dikategorikan berdasarkan fungsi menjadi lima jenis dikemukakan oleh Searle (dalam Suryantin, 2020), yaitu: a) asertif, b) deklaratif, c) direktif, d) komisif, dan e) ekspresif. Fungsi tindak tutur yang dibahas dalam penelitian ini adalah direktif. Santosa (2009) menyatakan bahwa permasalahan pragmatik pada fungsi tindak tutur direktif ini menekankan pada makna yang

tersirat dan unsur kesantunan dalam berbahasa yang harus dipahami dan ditanggapi oleh mitra tutur. Tindak tutur tersebut tidak hanya mengekspresikan maksud dan tujuan penutur namun dijadikan alasan untuk melakukan suatu tindakan oleh mitra tutur.

Tindak tutur direktif ini terlihat pada tuturan *influencer* yang terdapat dalam media sosial Tik Tok terkait ulasan produk yang diiklankan dalam akun media sosialnya. Tuturan yang disampaikan *influencer* Tik Tok dalam mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan mengandung pesan dengan menggunakan bahasa persuasif dan menarik. Hal tersebut terlihat dari bahasa yang diungkapkan dalam akun media sosial Tik Toknya dan menggunakan kalimat berunsur ajakan. Keterkaitan pengulasan produk bergantung pada penggunaan bahasa yang digunakan. Hal ini selaras dengan penelitian Maulana dkk. (2020) yang menyatakan bahwa tingkat efektivitas dari *endorse* dinilai melalui pesan yang disampaikan. Bahasa yang digunakan oleh *influencer* dalam mempromosikan barang atau jasa di media sosial Tik Tok adalah bahasa lisan. Oleh sebab itu, jasa *influencer* Tik Tok menjadi salah satu pilihan dalam memasarkan produk.

Tuturan *influencer* Tik Tok ini memiliki kecenderungan untuk dianalisis menggunakan kajian tindak tutur direktif. Kecenderungan tersebut dapat terlihat melalui tindakan yang harus dilakukan mitra tutur setelah mendengar tuturan tersebut, artinya dari hasil ulasan produk dapat berupa ajakan, perintah, bahkan memberikan saran kepada pendengar agar membeli produk yang diiklankan. Hal ini relevan dengan karakteristik *influencer* Tik Tok yang memiliki kemampuan, pengetahuan, serta pengalaman dalam mengkomunikasikan produk yang diiklankan, seperti yang dikatakan Susanti (2014) bahwa pemakaian bahasa dalam iklan menuntut suatu kecermatan agar bahasa itu dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi yang dapat mencapai sasaran yang dikehendaki secara baik. Oleh karena itu, tuturan yang digunakan *influencer* Tik Tok dalam menginformasikan suatu produk memiliki dampak memengaruhi tindakan konsumen agar membeli produk yang diiklankan.

Selain itu, bahasa yang digunakan oleh *influencer* perlu dikaji agar tuturan yang diungkapkan dalam media sosial Tik Tok dapat dipilah sesuai ungkapan yang mengandung unsur bentuk dan fungsi tindak tutur direktif. Hasil kajian tersebut dapat digunakan untuk menambah referensi dalam penggunaan bahan ajar menulis teks iklan pada jenjang SMP karena pada kenyataannya masih banyak siswa yang kurang mampu menulis teks iklan dengan penggunaan kaidah kebahasaan yang sesuai. Hal ini dinyatakan dalam sebuah penelitian Ernawati (2009) bahwa kemampuan keefisienan menulis teks iklan masih kurang, kalimat-kalimat yang digunakan siswa kurang mengandung unsur ajakan, sehingga kurang meyakinkan pembaca. Sari (2014) mengemukakan bahwa siswa tidak mampu menulis paragraf persuasi sesuai dengan topik yang diberikan dan minimnya referensi materi untuk menulis teks iklan. Selain itu Sebayang (2019) mengatakan bahwa kurangnya kemampuan menuangkan ide gagasan yang dimiliki oleh siswa menganggap pembelajaran iklan kurang menarik dan cenderung membosankan.

Penggunaan bahasa yang dituturkan oleh *influencer* Tik Tok ini dapat digunakan sebagai gambaran terutama dalam kemampuan berbahasa setiap siswa. Lazimi & Nasucha (2017) mengemukakan bahwa kemampuan berbahasa dalam tindak tutur itu perlu ditingkatkan untuk dapat menggunakan bahasa dengan baik. Manusia harus belajar dan memahami hal-hal yang berkaitan dengan bahasa serta penggunaannya secara baik.

Berdasarkan hal tersebut, salah satu pelengkap untuk mengembangkan keterampilan berbahasa menulis teks iklan dengan memanfaatkan hasil analisis tindak tutur direktif pada *influencer* Tik Tok. Dalam hal ini *influencer* Tik Tok dijadikan objek untuk tercapainya penyusunan bahan ajar menulis teks iklan karena tuturan yang disampaikan relevan dengan pola penyajian serta kaidah kebahasaan dalam teks iklan. Hal ini terlihat dari jasa periklanan daring dengan cara menghasilkan informasi melalui teks, foto, atau video yang diunggah ke akun Tik Tok miliknya.

Melalui analisis tindak tutur direktif penggunaan bahasa *influencer* Tik Tok ketika melakukan pengiklanan produk dapat diketahui bentuk dan fungsi

tuturannya, sehingga kajian ini akan dimanfaatkan untuk modul elektronik berdasarkan pola penyajian serta kaidah kebahasaan teks iklan yang bersifat persuasif. Siswa dapat mengembangkan keterampilan menulisnya sesuai dengan kemampuannya serta materi-materi yang dikemas dalam modul elektronik ini dilengkapi dengan tuturan yang tidak asing dengan generasi milenial, yaitu bersumber dari *influencer* Tik Tok, sehingga penelitian ini berjudul “Tindak Tutur Direktif pada *Influencer* Tik Tok serta Pemanfaatannya sebagai Bahan Ajar Menulis Teks Iklan di SMP”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat permasalahan yang akan menjadi kajian dalam penelitian ini, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah bentuk tindak tutur direktif yang digunakan dalam bahasa *influencer* Tik Tok?
2. Bagaimanakah fungsi tindak tutur direktif yang digunakan dalam bahasa *influencer* Tik Tok?
3. Bagaimanakah bahan ajar menulis teks iklan untuk SMP berdasarkan pemanfaatan hasil analisis tindak tutur direktif dalam bahasa *influencer* Tik Tok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. menemukan ragam bahasa *influencer* Tik Tok berdasarkan bentuk tindak tutur direktif yang terdapat pada tuturannya;
2. menemukan ragam bahasa *influencer* Tik Tok berdasarkan fungsi tindak tutur direktif yang terdapat pada tuturannya;

3. mendeskripsikan bahan ajar menulis teks iklan untuk SMP berdasarkan pemanfaatan hasil analisis tindak tutur direktif dalam bahasa *influencer* Tik Tok.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai “Tindak Tutur Direktif pada *Influencer* Tik Tok serta Pemanfaatannya sebagai Bahan Ajar Menulis Teks Iklan SMP” memiliki manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peserta didik, penelitian ini diharapkan mampu mempermudah peserta didik dalam pembelajaran menulis teks iklan dari kajian penggunaan bahasa dari bentuk dan fungsi tuturan *influencer* Tik Tok.
2. Bagi pengajar, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam penggunaan bahan ajar untuk menulis teks iklan di SMP.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya sumber literatur mengenai ilmu pragmatik, khususnya dalam bentuk dan fungsi tindak tutur direktif.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika pada struktur organisasi skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang di dalamnya memuat gambaran fenomena yang terkait dengan masalah penelitian, mengungkapkan kondisi ideal terkait fenomena yang terjadi, dan menegaskan pentingnya variabel penelitian serta solusi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah pada penelitian, dan alasan peneliti memilih masalah tersebut untuk diangkat menjadi judul skripsi. Pada dasarnya Bab I menjadi alasan kuat mengapa skripsi ini harus ditulis dan diterbitkan. Dalam Bab I juga berisi rumusan-rumusan masalah yang digunakan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti oleh penulis. Selain hal itu, bab ini juga memuat tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika dalam penulisan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka, pada bagian Kajian Pustaka peneliti membahas tentang konsep-konsep yang berasal dari buku-buku, internet, jurnal dan *e-book* (*electronic book*) yang digunakan sebagai referensi oleh peneliti yang berkaitan dengan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, sumber yang digunakan adalah sumber yang berkaitan dengan judul penelitian. Selain membahas konsep-konsep, dalam kajian pustaka juga menjelaskan tentang penelitian terdahulu dari skripsi dan jurnal yang telah ditulis sebelumnya dan berkaitan dengan judul penelitian, selain itu juga dari website resmi seperti ensiklopedia internet dan wikipedia yang membahas mengenai pembahasan.

Bab III Metode Penelitian, peneliti dalam bab ini membahas mengenai metode dan teknik penelitian, termasuk bagaimana peneliti mencari berbagai sumber yang sesuai dengan topik penelitian hingga mengolah sumber-sumber yang diperoleh. Dalam menggunakan metode penelitian, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam atas suatu masalah daripada melihat permasalahan karena sifat suatu masalah akan berbeda dengan masalah lainnya. Tahap yang pertama dilakukan adalah peneliti mengumpulkan data tuturan yang mengandung unsur bentuk dan fungsi tindak tutur direktif serta menghasilkan transkrip tuturannya. Tahap kedua, peneliti menganalisis data transkrip tuturan dan mengklasifikasikan ke dalam bentuk dan fungsi tindak tutur direktif. Hasil analisis yang dilakukan akan mewujudkan pedoman dalam rancangan bahan ajar menulis teks iklan yang memuat bentuk dan fungsi tindak tutur direktif yang sesuai dengan kaidah kebahasaan teks iklan.

Bab IV Pembahasan, pada bagian ini peneliti menjelaskan mengenai seluruh isi penelitian yang merupakan pemaparan dari pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah. Pemaparan dalam bab ini diuraikan secara deskriptif untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan agar terperinci.

Bab V Kesimpulan dan Rekomendasi, dalam bab ini terdapat penafsiran dari peneliti mengenai hasil analisis dan penelitian yang didapatkan. Kemudian disajikan oleh peneliti dalam bentuk kesimpulan dan kemudian dari kesimpulan yang telah didapatkan tersebut menjadi jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang ada pada bab-bab sebelumnya, berdasarkan hasil pembahasan mengenai kajian

tindak tutur direktif pada *influencer* Tik Tok serta pemanfaatannya sebagai bahan ajar menulis teks iklan SMP. Selain itu peneliti akan memberikan rekomendasi yang dapat berguna bagi peneliti berikutnya dalam membahas topik yang berkaitan dengan judul penelitian ini.