

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan sarana informasi bagi konsumen selain untuk mengetahui jenis produk barang serta jasa yang terdapat di pasaran juga untuk mengetahui produk konsumsi yang mereka butuhkan baik melalui media cetak maupun elektronik berupa tulisan, gambar, video maupun film. Perusahaan yang sedang menarik minat konsumen adalah perusahaan yang bergerak dibidang *e-commerce* yang sering disebut dengan *Online Shop*. *Online shop* merupakan perusahaan yang berperan sebagai pihak ketiga yang menghubungkan antara penjual dan pembeli. Lima *Online shop* di Indonesia saat ini seperti (1) Tokopedia, (2) Blibli, (3) Shopee, (4) Lazada, (5) Bukalapak yang dalam iklannya menampilkan keunggulan masing-masing untuk menawarkan berbagai produk barang dengan berbagai bonus, keunggulan, diskon barang dan sebagainya guna menarik minat masyarakat sebagai konsumen.

Iklan-iklan yang ditampilkan oleh *Online shop* kerap kali menampilkan tuturan-tuturan dengan maksud atau tujuan tertentu yang secara tidak langsung mempengaruhi konsumen. Artinya, butuh suatu kajian untuk memahami maksud atau tujuan dari tuturan-tuturan yang diungkapkan dalam iklan *Online shop* tersebut dalam hal ini menggunakan kajian pragmatik khususnya tindak tutur ilokusi komisif. *YouTube* adalah *website* yang memungkinkan pengguna untuk membagi video yang mereka miliki atau hanya video klip. Selain itu *YouTube* merupakan media massa yang dapat mempromosikan sesuatu. Tuturan yang ada di iklan di *YouTube* biasanya memiliki keunikan yang membuat pembelinya tertarik untuk melihat iklan tersebut.

Tujuan dari iklan *Online Shop* di *YouTube* tersebut tidak langsung diungkapkan, tetapi lewat tuturan-tuturan yang terdapat dalam iklan adar masyarakat tertarik dengan adanya iklan tersebut dan dapat melihat apa saja yang ditawarkan dalam *Online Shop* sekaligus untuk menarik pembeli.

Kridalaksana (2001: 171) Tindak tutur merupakan pengujaran kalimat untuk menyatakan agar suatu maksud dari pembicara (penulis) dapat diketahui pendengar (pembaca). Tindak tutur adalah tindakan yang diungkapkan melalui bahasa yang melibatkan gerakan anggota badan dan postur yang mendukung maksud pembicara. Fungsinya untuk mengungkapkan sesuatu kepada mitra bahasa melalui mitra tutur. Pembicara tidak hanya mengatakan sesuatu, mereka juga bertindak. Setiap tuturan penutur memiliki maksud dan tujuan tertentu. Maksud atau tujuan penutur dapat dikatakan menunjukkan tindakan. Maksud dan tujuan yang mengungkapkan perbuatan yang menyertai tuturan itu disebut tindak tutur. Oleh karena itu tindak tutur merupakan salah satu kajian yang perlu diketahui dan dipelajari, karena tuturan bukan hanya sekedar wacana atau kata-kata, di dalamnya terkandung tuturan bahwa penutur mengucapkan maksud dan tujuan yang ingin disampaikan penutur kepada lawan tutur.

Tindak tutur ilokusi merupakan sebuah tuturan yang fungsinya bukan hanya dijadikan untuk menyatakan atau menginformasikan sesuatu, dapat juga digunakan untuk melakukan sesuatu. Bila hal seperti ini terjadi, tindak tutur yang terbentuk adalah tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi ini disebut juga sebagai *The Act of doing Something* merupakan sebuah tuturan yang selain berfungsi untuk menyatakan atau menginformasikan sesuatu, dapat juga digunakan untuk melakukan sesuatu. (Wijana, 1996:18). Dengan menggunakan daya tindak tutur ilokusi, seseorang dapat melakukan pengklasifikasian terhadap tindak tutur. Dari uraian di atas dapat

dijelaskan bahwa tindak tutur ilokusi tidak bisa diidentifikasi begitu saja karena terlebih dahulu harus mengetahui siapa penutur dan lawan tutur, kapan dan di mana tindak tutur itu terjadi (konteks), dan sebagainya.

Tuturan dapat diartikan sebagai wacana yang menonjolkan serangkaian peristiwa dalam serentetan waktu tertentu, bersama dengan partisipan dan keadaan tertentu (Kridalaksana, 2009:221). Tindak tutur ilokusi memunculkan ini muncul karena adanya fenomena kebahasaan yang memerlukan pemahaman mengenai maksud atau tujuan suatu tuturan atau ujaran dari penutur kepada mitra tuturnya. Mengidentifikasi tuturan-tuturan yang mengandung ilokusi juga diperlukan pengetahuan mengenai situasi tutur. Menurut Rustono (1999:24) situasi tutur adalah situasi yang melahirkan tuturan. Di dalam situasi tutur terdapat komponen penting seperti penutur dan mitra tutur, konteks, serta maksud atau tujuan tuturan. Ilokusi sebagai kajian pragmatik tidak pernah lepas dari situasi tutur. Dalam hal ini peneliti menemukan fenomena yang ada dalam *Online Shop*. Fenomenanya sebagai berikut:

Fenomena jenis tindak tutur ilokusi komisif lainnya peneliti temukan pada Tokopedia 18 April 2022. Tuturannya sebagai berikut:

- (1) Narator : “Bingung beli parcel ramadhan dimana?
 Kan ada tokopedia parcel ramadhan
 Ada ribuan **pilihan parcel mulai dari 50 ribu
 Gratis ongkir gosend lagi**”
 (D.11/Tokopedia, 18 April 2022)

Konteks : Seorang wanita yang sedang mencari parcel ramadhan sembari menjelaskan mengenai promo yang sedang berlangsung serta memberikan promo gratis ongkir yang dijanjikan.

Tuturan dalam data (D.11) termasuk tindak tutur ilokusi komisif bersumpah karena dalam tuturan tersebut terdapat janji bahwa yang dikatakan penutur adalah suatu kebenaran. Maksudnya penutur menyatakan janji bahwa di Tokopedia dalam rangka

merayakan Bulan Ramadhan ada banyak pilihan parcel ramadhan dan gratis ongkir menggunakan gosend. Hal tersebut dapat dilihat dalam tuturan yang dicetak tebal **“...pilihan parcel mulai dari 50 ribu. Gratis ongkir gosend lagi.”** dengan memperlihatkan seorang wanita yang sedang mencari parcel ramadhan sembari menjelaskan mengenai promo yang sedang berlangsung serta memberikan promo gratis ongkir yang dijanjikan.

Selain itu, ada juga data lainnya yang peneliti yang termasuk ke dalam tindak tutur ilokusi komisif bersumpah, berikut datanya:

- (2) Narator : “Bobol gercep **thr potongan langsung sampai 1,7jt sampai dengan 11 siang hingga 6 sore. Belanja bukalapak**”

(D.13/Bukalapak, 19 April 2022)

Konteks : Menampilkan aktor korea yang menjelaskan tentang promo berlaku serta keterangan promo yang berlaku.

Tuturan dalam data (D.13) termasuk tindak tutur ilokusi komisif bersumpah karena dalam tuturan tersebut terdapat janji bahwa yang dikatakan penutur adalah suatu kebenaran. Maksudnya penutur menyatakan janji bahwa di Bukalapak dalam rangka merayakan Bulan Ramadhan ada potongan harga langsung sampai 1,7 juta berlaku mulai pukul 11 siang hingga pukul 6 sore. Hal tersebut dapat dilihat dalam tuturan yang dicetak tebal **“...thr potongan langsung sampai 1,7jt sampai dengan 11 siang hingga 6 sore. Belanja Bukalapak.”** dengan memperlihatkan aktor Korea yang menjelaskan tentang promo berlaku serta keterangan promo yang berlaku.

Kemudian melihat fenomena serupa mengenai iklan *online shop* Blibli 8 februari 2022, tuturannya sebagai berikut:

- (3) Narator : “Bulan cinta pasti ketemu di blibli...”
“...diskon hingga 500rb, cashback hingga 140rb. Diner bareng boy william dan dapatkan vocher total 14 juta rupiah. Ayo Blibli sekarang...” (B.4/Blibli, 8 Februari 2022)

Konteks : Menampilkan keterangan nominal diskon dan cashback yang dijanjikan serta menjanjikan makan malam bersama salah satu selebriti serta voucher hingga 14 juta rupiah.

Tuturan dalam data (B.4) termasuk tindak tutur ilokusi komisif bersumpah karena dalam tuturan tersebut terdapat janji bahwa yang dikatakan penutur adalah suatu kebenaran. Maksudnya penutur menyatakan janji bahwa di Blibli ada diskon hingga 500rb, cashback hingga 140rb, bisa diner bersama atris Boy William dan mendapatkan voucher total 14 juta. Hal tersebut dapat dilihat dalam tuturan yang dicetak tebal “...diskon hingga 500rb, cashback hingga 140rb. Diner bareng boy william dan dapatkan vocher total 14 juta rupiah.” dengan menunjukkan keterangan nominal diskon dan cashback yang dijanjikan serta menjanjikan makan malam bersama salah satu selebriti serta voucher hingga 14 juta rupiah.

Kemudian melihat fenomena serupa mengenai iklan *online shop* Shopee 24 Januari 2022, tuturannya sebagai berikut:

(4) Narator : “...Shopee COD..Shopee COD bayar langsung ditempat. Tanpa tabungan, tanpa rekening pake Shopee COD. Shopee COD..Shopee COD pasti dapat gratis ongkir pasti dijamin aman. Pakai Shopee COD...” (A.1/Shopee, 24 Januari 2022)

Konteks : Memperlihatkan seorang lelaki degan sebuah nyanyian yang menjelaskan tentang sistem COD atau Cash On Delivery.

Tuturan dalam data (A.1) termasuk tindak tutur ilokusi komisif menjamin karena dalam tuturan tersebut terdapat janji bahwa yang dikatakan penutur adalah suatu kebenaran. Maksudnya penutur menyatakan janji bahwa di Shopee COD menjamin barang pesanan konsumen aman sampai tujuan. Hal tersebut dapat dilihat dalam tuturan yang dicetak tebal “...pasti dapat gratis ongkir pasti dijamin aman....” dengan memperlihatkan seorang lelaki degan sebuah nyanyian yang menjelaskan tentang sistem COD atau Cash On Delivery.

Kemudian melihat fenomena serupa mengenai iklan *Online Shop* Blibli 6 Juli 2022, tuturannya sebagai berikut:

(5) Narator : **“Shopee 7.7 mega elektronik sale midnight sale 7 juli dari tengah malam hingga 2 pagi nikmati gratis ongkir 0 rupiah semua toko, cuci gudang pasti diskon 90% dan belanja dapat pulsa 15 ribu** hanya di shopee 7.7 midnight sale” (G.23/Shopee, 6 Juli 2022)

Konteks : Memperlihatkan diskon yang menjanjikan dengan penjelasan lengkap yang diberikan.

Tuturan dalam data (G.23) termasuk tindak tutur ilokusi komisif bersumpah karena dalam tuturan tersebut terdapat janji bahwa yang dikatakan penutur adalah suatu kebenaran. Maksudnya penutur menyatakan janji bahwa di Shopee 7.7 Mega Elektronik Sale midnight sale 7 Juli dari tengah malam hingga pukul 2 pagibisa menikmati gratis ongkir 0 rupiah di semua toko, cuci gudang diskon 90% dan belanja dapat pulsa 15 ribu. Hal tersebut dapat dilihat dalam tuturan yang dicetak tebal **“Shopee 7.7 mega elektronik sale midnight sale 7 juli dari tengah malam hingga 2 pagi nikmati gratis ongkir 0 rupiah semua toko, cuci gudang pasti diskon 90% dan belanja dapat pulsa 15 ribu...”** dengan memperlihatkan diskon yang menjanjikan dengan penjelasan lengkap yang diberikan.

Maksud atau tujuan dari iklan *Online Shop* dalam *YouTube* tersebut tidak secara langsung diungkapkan, tetapi lewat tuturan-tuturan yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi masyarakat. Masyarakat yang melihat iklan *Online Shop* tertarik untuk membeli. Dalam pembelian masyarakat diberi petunjuk pemakaian. Masyarakat yang baru mengetahui *Online Shop* tidak akan bingung. Oleh sebab itu butuh kajian pragmatik untuk memahami maksud dan tujuan tuturan dalam iklan tersebut. Dalam hal ini peneliti tertarik lebih lanjut dengan penelitian yang berjudul “Tindak Tutur Ilokusi Komisif Pada Iklan *Online Shop* Dalam *YouTube* Unggahan Periode Januari-

Agustus 2022”. Karena dalam iklan tersebut terdapat tuturan-tuturan yang diperkirakan mengandung jenis tindak tutur ilokusi komisif.

B. Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian yang berjudul jenis tindak tutur ilokusi komisif pada iklan *Online Shop* dalam *YouTube* unggahan periode Januari-Agustus 2022, dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana jenis tindak tutur ilokusi komisif pada iklan *Online Shop* dalam *YouTube* unggahan periode Januari-Agustus 2022?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang berjudul jenis tindak tutur ilokusi komisif pada iklan *Online Shop* dalam *YouTube* unggahan periode Januari-Agustus 2022 dapat dirumuskan sebagai berikut:

Untuk mendeskripsikan jenis tindak tutur ilokusi komisif pada iklan *Online Shop* dalam *YouTube* unggahan periode Januari-Agustus 2022.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat tersebut adalah manfaat teoretis dan manfaat praktis. Manfaat teoretis adalah manfaat yang terdapat dalam konsep dalam suatu pengetahuan sedangkan manfaat praktis adalah manfaat yang dapat dimanfaatkan atau digunakan untuk mendapatkan hasil dalam mengambil keputusan. Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberi motivasi dalam pembelajaran ilmu pragmatik terutama pembelajaran tentang tindak tutur ilokusi komisif.
- b. Sebagai acuan pada kajian pragmatis selanjutnya yang berhubungan dengan teori maupun praktik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan, terkait penelitian tindak tutur ilokusi komisif baik digunakan untuk sendiri maupun masyarakat.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya terkait tindak tutur ilokusi komisif dengan kajian yang lebih luas maupun metode yang berbeda dengan aspek pengamatan yang berbeda.

c. Bagi Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa program studi pendidikan bahasa dan sastra Indonesia tentang tindak tutur ilokusi komisif yang dapat dijadikan sebagai bahan dalam perkuliahan.