

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak terlepas dari adanya kegiatan ekonomi. Tidak dapat dipungkiri bahwa perekonomian sebagai penunjang kehidupan manusia. Dikutip dari situs *Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan*, manusia memiliki tiga kebutuhan hidup berdasarkan intensitas atau kepentingannya, yaitu primer, sekunder, dan tersier. Maka dari itu, manusia melakukan kegiatan perekonomian untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Ekonomi secara etimologi berasal dari bahasa Latin, yaitu *oikonomia*. Terdiri dari kata *oikos* (rumah tangga atau keluarga) dan *nomos* (aturan atau hukum) yang bila disimpulkan berarti aturan yang ada di dalam rumah tangga.

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi V*, ekonomi bermakna ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti hal keuangan, perindustrian, dan perdagangan). Membicarakan ekonomi biasanya terkait dengan perdagangan atau penjualan produk barang/jasa. Masing-masing pedagang atau pebisnis berlomba-lomba menjual produk barang/jasa miliknya untuk dapat memperoleh keuntungan. Lalu apa yang dapat dilakukan para pedagang atau pebisnis untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat?

Jawabannya ialah iklan. Definisi iklan menurut KBBI V adalah berita pesanan untuk mendorong dan membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Iklan digunakan pedagang/pebisnis untuk mengenalkan, mempromosikan, serta menawarkan produk barang/jasa yang mereka jual kepada masyarakat. Dalam membuat iklan, pedagang/pebisnis membutuhkan komunikasi dan media. Para pedagang atau pembuat iklan dituntut memiliki kemampuan berbahasa yang baik dalam berkomunikasi, agar mampu membuat orang lain tertarik akan produk yang dijajakan.

Grace menegaskan bahwa berkomunikasi adalah suatu proses kerja sama antara penutur dan lawan tutur melalui bahasa untuk mencapai negosiasi makna¹. Seperti yang disebutkan oleh ahli bahasa, Benyamin Lee Whorf yang mengatakan bahwa bahasa merupakan alat pengikat dan perekat dalam hidup bermasyarakat, ia dapat membantu menyusun struktur pengetahuan menjadi logis dan mudah diterima oleh orang lain². Oleh karena itu, manusia membutuhkan bahasa untuk dapat berkomunikasi. Bahasa menurut Plato adalah pernyataan yang terdapat pada benak seseorang dengan menggunakan perantaraan *rhemata* (ucapan) serta *onomata* (nama benda atau sesuatu) yang merupakan gambaran ide seseorang dalam arus udara dengan melewati media yakni mulut. Sedangkan komunikasi dalam *Kamus Pragmatik* berarti penyampaian amanat dari sumber atau pengirim ke penerima melalui sebuah saluran.

Kegiatan komunikasi juga selalu berkaitan dengan tuturan. Apa itu tuturan? Mari kita anggap tuturan sebagai tindakan, yang artinya setiap terjadi kegiatan bertutur maka terjadi pula tindak tutur. Austin menyebutkan bahwa tindak tutur adalah ujaran yang memiliki kekuatan tertentu, seperti membagikan informasi dan memberi perintah³. Kajian tindak tutur berhubungan erat dengan upaya menyatakan maksud sebuah ujaran.

Selain kemampuan berbahasa, pedagang/pembuat iklan juga memerlukan media sebagai wadah atau sarana untuk dapat mengenalkan dan meawarkan produknya. Media adalah alat sarana komunikasi seperti koran, televisi, dan poster yang menjadi perantara atau penghubung di antara dua pihak⁴. Salah satu media yang kini banyak digunakan oleh orang-orang ialah media sosial. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi V*, media sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Media sosial dapat digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi pengalaman kehidupan dengan orang lain. Sementara menurut Andreas Kaplan dan

¹ Suhartono & Yuniseffendri, *Pragmatik*, 2014, hal. 26

² H. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2015, hal. 115

³ John L. Austin, *How to Do Things with Word* (diterjemahkan oleh oka), 1962

⁴ *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi V*, 2016

Michael Haenlein media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan juga pertukaran *user-generated content*. Media sosial ada dalam berbagai bentuk berbeda yang dibedakan menjadi enam jenis, yaitu: proyek kolaborasi (contohnya wikipedia), blog dan microblogs (contohnya Twitter), komunitas konten (contohnya Youtube), situs jaringan sosial (contohnya Facebook dan Instagram), dan virtual *game* (contohnya World of Warcraft), juga virtual sosial (contohnya Second Life).

Media pada fungsi informasi inilah iklan di media sosial bermain, contohnya media sosial Instagram. Instagram merupakan wadah/media di mana para pengguna dapat membagikan foto, video, atau tulisan mereka kepada pengguna lain. Para pengguna dapat berkomunikasi dengan memberi komentar terhadap unggahan seseorang atau mengirim pesan teks secara privat kepada orang lain. Semakin lama dan sering interaksi di antara pengguna, maka semakin kuat relasi virtual yang tercipta di antara mereka. Sehingga hubungan di dalam media sosial menghadirkan apa yang disebut dengan *contact comfort*. Benkler mengatakan bahwa media sosial memberikan semacam *contact comfort* atau kenyamanan kontak di antara pengguna, yaitu kepuasan dan kenyamanan untuk berafiliasi maupun bersosialisasi di antara kegiatan memproduksi juga membagikan sebuah konten secara daring⁵. Oleh karena itu, peneliti merasa bahwa media sosial, dalam hal ini Instagram telah memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Hal itu dibuktikan dengan Indonesia menempati posisi keempat dalam kategori pengguna Instagram terbanyak di dunia pada Juli 2021. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai angka 91,77 juta berdasarkan data dari NapoleonCat. Situasi ini tentu saja dimanfaatkan oleh pedagang sebagai media iklan mereka. Fenomena iklan produk di Instagram kini dipenuhi dengan kata *endorse*. Kegiatan *endorse* merupakan bentuk promosi atas produk yang diiklankan

⁵ Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi, 2017, hal. 165-166

kepada masyarakat. Kata *endorse* berasal dari kata *endorsement* dalam bahasa Inggris yang artinya tindakan mendukung atau setuju terhadap sesuatu.

Sistem *endorse* sendiri ialah pedagang menjalin kontrak kerja sama dengan tokoh publik agar menggunakan produk miliknya selama beberapa waktu. Dalam durasi tersebut, tokoh publik yang dipilih wajib menunjukkan dan mempromosikan produk *endorse*-nya kepada khalayak ramai. Selain menjelaskan kegunaan produk, tokoh publik ini biasanya juga memberikan opini pribadi, ulasan, atau penilaian sesuai pengalamannya selama pemakaian produk. Sehingga iklan atau promosi yang ditampilkan menjadi terkesan jujur. Hal ini menjadi kelebihan dari iklan *endorse*, dikarenakan masyarakat telah mengetahui dampak dari penggunaan produk yang diiklankan.

1.2 Fokus dan Subfokus

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka fokus dalam penelitian ini adalah tindak tutur ilokusi dan perlokusi dalam takarir unggahan *endorsement* pada akun Instagram Maudy Ayunda. Kemudian subfokus dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) Seperti apa jenis-jenis kalimat yang digunakan dalam takarir unggahan *endorsement* pada akun Instagram Maudy Ayunda?
- 2) Seperti apa penerapan jenis-jenis tindak tutur ilokusi dalam takarir unggahan *endorsement* akun Instagram Maudy Ayunda?
- 3) Bagaimana bentuk implikasi dari tindak tutur ilokusi yang tersirat dalam takarir *endorsement* dalam akun Instagram Maudy Ayunda.
- 4) Seperti apa penerapan tindak tutur perlokusi dalam takarir unggahan *endorsement* akun Instagram Maudy Ayunda?

1.3 Rumusan Masalah

Mengacu dari fokus dan subfokus pada penelitian ini, maka rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah “bagaimana tindak tutur ilokusi dan

perlokusi dalam takarir unggahan *endorsement* yang digunakan di akun Instagram Maudy Ayunda?” Lebih dirinci lagi menjadi empat poin berikut.

- 1) Apa jenis-jenis kalimat yang digunakan dalam takarir unggahan *endorsement* pada akun Instagram Maudy Ayunda?
- 2) Bagaimana penerapan jenis-jenis tindak tutur ilokusi dalam takarir unggahan *endorsement* akun Instagram Maudy Ayunda?
- 3) Bagaimana bentuk implikasi dari tindak tutur dalam takarir *endorsement* dalam akun Instagram Maudy Ayunda?
- 4) Bagaimana penerapan tindak tutur perlokusi dalam takarir unggahan *endorsement* akun Instagram Maudy Ayunda?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, peneliti mengharapkan dapat menghasilkan dua manfaat, yaitu manfaat teoretis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan, referensi, atau inspirasi untuk penelitian lain yang sejenis. Peneliti juga berharap dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang linguistik kajian pragmatik, khususnya tindak tutur ilokusi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, melalui penelitian ini masyarakat diharapkan dapat memahami, menerapkan, dan memanfaatkan tindak tutur ilokusi dalam aktivitas bertutur mereka dengan baik.