

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan elemen fundamental dalam komunikasi. Bahasa yang digunakan oleh manusia sebagai alat komunikasi sehari-hari dapat dikelompokkan ke dalam dua bentuk, yaitu bahasa tulis dan bahasa lisan. Bahasa tulis umumnya digunakan dalam komunikasi tidak langsung, seperti melalui aplikasi pesan instan. Sebaliknya, bahasa lisan berfungsi dalam interaksi langsung, yang menciptakan fenomena tutur dan tindak tutur.

Tindak tutur adalah elemen penting dalam proses komunikasi, di mana seorang penutur mengusahakan agar pesan disampaikan dalam bentuk yang mudah dipahami secara tepat oleh lawan bicaranya. Cabang ilmu bahasa yang menyoroti secara khusus hubungan antara penutur dan pendengar adalah pragmatik. Dalam interaksi komunikasi, tindak tutur memegang peranan yang sangat krusial. Secara garis besar, tindak tutur dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu tindak lokusi, ilokusi, dan perlokusi.

Tindak tutur lokusi mengacu pada ujaran yang hanya berupa penyampaian informasi tanpa menghadirkan pengaruh atau dampak terhadap lawan bicara. Tindak tutur ilokusi yaitu ujaran yang memiliki tujuan tertentu dan berpotensi memberikan dampak secara tidak langsung. Sementara itu, tindak tutur perlokusi mengacu pada ujaran yang secara eksplisit dirancang oleh penutur untuk memengaruhi atau memperoleh respons dari mitra tutur.

Di zaman yang semakin modern ini, manusia cukup dimanjakan dengan segala hal yang dapat dilakukan secara *online*. Salah satu dari sekian banyak aspek yang banyak dilakukan *online* adalah jual-beli. Berbelanja *online* dianggap lebih efektif dan hemat waktu dibandingkan harus susah payah datang ke toko-toko terdekat. Bagi sebagian orang, terutama para wanita, berbelanja *online* memberikan sensasinya tersendiri. Mereka dapat

melihat-lihat baju, alat kecantikan, hingga alat-alat dapur sembari merebahkan badan di atas kasur.

Dari banyaknya jenis musik yang sedang nge-*hits* di tanah air saat ini, salah satu yang paling populer di kalangan anak muda yaitu K-Pop. K-Pop merupakan singkatan dari *Korean Pop* dengan genre musik yang identik dibawakan oleh sebuah *boyband* atau *girlband* yang berasal dari Negeri Gingseng yaitu Korea Selatan. Contoh *boyband* yang banyak digemari remaja di Indonesia sekarang ini adalah BTS, Seventeen, dan ENHYPEN. Sedangkan untuk *girlband* yang paling digandrungi saat ini adalah Blackpink dan NewJeans.

Bagi para penggemar K-Pop yang biasanya didominasi oleh wanita dengan rata-rata umur sekitar 20 tahunan, berbelanja barang-barang berbau K-Pop adalah hal yang menyenangkan. Dikarenakan tingginya permintaan dan pasar yang terlihat menjanjikan, juga sedikitnya modal yang harus dikeluarkan, banyak fans K-Pop yang berbondong-bondong membuka bisnis kecil-kecilan berbau K-Pop. Seok6yu merupakan salah satu UMKM yang menjual *merchandise* yang berkaitan dengan dunia K-Pop. Selain menjual *merchandise* di beberapa toko di Jakarta dan Bandung, Seok6yu Studio juga menjual produknya secara daring melalui *e-commerce* Shopee. Melalui penjualan daring, Seok6yu Studio mampu melakukan ekspansi penjualan ke sejumlah kota di dalam negeri maupun luar negeri, seperti Singapura, Malaysia, Filipina, hingga Jepang.

Maraknya penggemar K-Pop dan UMKM di *e-commerce* yang menjual *merchandise* bertema K-Pop menarik perhatian peneliti untuk meneliti bagaimana bahasa digunakan di *e-commerce*. Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana ulasan dari para pembeli di *e-commerce* yang menjual *merchandise* K-Pop. Ulasan adalah suatu bentuk evaluasi atau penilaian terhadap sesuatu, baik itu karya, produk, layanan, atau pengalaman tertentu. Dalam suatu ulasan mengenai karya, produk, layanan, atau pengalaman tertentu, terdapat

makna secara literal yang menyampaikan informasi atau deskripsi secara faktual mengenai objek tertentu. Selain itu, terdapat juga ulasan yang mengandung kritik, saran, atau pujian mengenai objek tertentu. Ulasan yang mengandung makna literal dapat dikategorikan sebagai tindak tutur lokusi, sementara ulasan yang mengandung makna kritik, saran, atau pujian dapat dikategorikan sebagai tindak tutur ilokusi.

Berlandaskan latar belakang yang dipaparkan di atas, peneliti kemudian tertarik untuk meneliti tindak tutur yang terdapat dalam ulasan produk My Petite Phone Charm sebagai dari toko Seok6yu Studio. Untuk memfokuskan penelitian, peneliti mengambil jenis tindak tutur lokusi dan tindak tutur ilokusi sebagai fokus dalam penelitian ini.

## **1.2 Fokus dan Subfokus Penelitian**

Fokus untuk penelitian ini yaitu tindak tutur lokusi dan ilokusi dalam ulasan produk UMKM Seok6yu Studio, yaitu My Petite Phone Charm. Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian ini dengan menetapkan 4 jenis tindak tutur ilokusi menurut Searle, yaitu tindak tutur ilokusi ekspresif, direktif, komisif, dan representatif. Berikut rincian subfokus pada penelitian ini.

1. Tindak tutur lokusi dan ilokusi dalam ulasan produk My Petite Phone Charm milik UMKM Seok6yu di e-commerce Shopee.
2. Tindak tutur ilokusi ekspresif, direktif, komisif, dan representatif dalam ulasan produk My Petite Phone Charm milik UMKM Seok6yu di e-commerce Shopee.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Untuk mengarahkan supaya penelitian ini tersusun secara sistematis, dilaksanakan perumusan masalah. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana tindak tutur lokusi dan ilokusi dalam ulasan produk My Petite Phone Charm milik UMKM Seok6yu di e-commerce Shopee?
2. Bagaimana tindak tutur ilokusi ekspresif, tindak tutur ilokusi direktif, tindak tutur ilokusi komisif, dan tindak tutur ilokusi representatif dalam ulasan produk My Petite Phone Charm milik UMKM Seok6yu di e-commerce Shopee?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan manfaat berupa ilmu pengetahuan di bidang pragmatik, terutama berhubungan dengan tindak tutur lokusi dan ilokusi dalam suatu ulasan produk di e-commerce.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan berguna untuk mengetahui dan menggali lebih dalam terkait bentuk tindak tutur lokusi dan ilokusi.

- 1) Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menghadirkan wawasan dan ilmu pengetahuan masyarakat tentang bidang pragmatik, terutama pada jenis tindak tutur lokusi dan tindak tutur ilokusi.

- 2) Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan wawasan dan ilmu pengetahuan mahasiswa tentang analisis tindak tutur sebagai salah satu teori yang dapat digunakan dalam suatu penelitian. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur dalam masa pembelajaran.

- 3) Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi literatur kepustakaan untuk jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah mengenai analisis tindak tutur lokusi dan ilokusi pada ulasan produk UMKM di e-commerce.

