

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi dalam media sosial tidak selalu berlangsung melalui tuturan yang menyampaikan makna secara langsung. Dalam praktiknya, pengguna media sosial sering mengungkapkan pendapat, penilaian, pengalaman, maupun respons emosional melalui tuturan yang mengandung makna tersirat sehingga maksud yang ingin disampaikan tidak selalu dapat dipahami berdasarkan makna literalnya. Fenomena tersebut tampak pada kolom komentar di media sosial yang menjadi ruang interaksi antara kreator konten dan audiens. Sebagai contoh, komentar *“semua produk Emina bakal aku sikat, secinta itu dan secocok itu di muka aku”* tidak hanya menunjukkan keinginan untuk membeli produk, tetapi juga mengimplikasikan tingkat kepuasan dan kepercayaan yang tinggi terhadap produk yang digunakan. Komentar *“ada aja gebrakannya ihh”* secara literal hanya berupa ungkapan singkat, tetapi dalam konteks promosi produk mengimplikasikan apresiasi terhadap inovasi yang ditawarkan. Komentar *“aku beli itu tapi nabung dulu”* mengandung implikasi bahwa penutur memiliki keinginan membeli produk, tetapi belum dapat merealisasikannya karena keterbatasan finansial. Sementara itu, komentar *“min tanggung jawab aku suka banget moistnya”* bukan dimaksudkan sebagai tuntutan agar kreator benar-benar bertanggung jawab, melainkan sebagai bentuk ungkapan hiperbolis yang menunjukkan kepuasan terhadap produk. Adapun komentar *“ya Allah masa harus ganti moist lagi gara-gara packaging lucu”* mengimplikasikan bahwa desain kemasan produk mampu memengaruhi keinginan penutur untuk membeli kembali meskipun produk yang dimiliki belum habis.

Berbagai komentar tersebut menunjukkan bahwa makna dalam komunikasi digital tidak selalu dinyatakan secara eksplisit, tetapi sering kali disampaikan melalui implikasi yang hanya dapat dipahami dengan memperhatikan konteks komunikasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap tuturan dalam komunikasi digital tidak cukup dilakukan melalui penafsiran makna secara literal. Makna yang terkandung dalam komentar audiens dipengaruhi oleh konteks tuturan, hubungan antara penutur dan mitra tutur, serta pengetahuan bersama yang dimiliki oleh keduanya. Tanpa mempertimbangkan aspek-aspek tersebut, maksud yang ingin disampaikan penutur berpotensi dipahami secara keliru atau bahkan tidak dipahami sama sekali. Dengan demikian, komentar audiens pada media sosial menjadi fenomena kebahasaan yang menarik untuk dikaji karena memperlihatkan bagaimana pengguna bahasa memanfaatkan tuturan implisit dalam menyampaikan maksud tertentu selama proses komunikasi berlangsung. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan bahasa pada media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media pembentukan makna yang bergantung pada konteks komunikasi.

Salah satu media sosial yang menunjukkan intensitas interaksi tinggi antara kreator konten dan audiens adalah TikTok. Berdasarkan laporan We Are Social dan Meltwater (2025), jumlah pengguna TikTok secara global mencapai sekitar 1,99 miliar pengguna, sedangkan Indonesia menempati posisi sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak, yaitu sekitar 180,11 juta pengguna. Tingginya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah berkembang menjadi ruang komunikasi digital yang sangat aktif dengan frekuensi interaksi yang tinggi.

Setiap unggahan video memungkinkan audiens memberikan tanggapan melalui kolom komentar sehingga terbentuk komunikasi dua arah antara kreator konten dan pengguna. Banyaknya interaksi yang terjadi menghasilkan beragam bentuk tuturan, seperti pertanyaan, pujian, kritik, saran, pengalaman penggunaan produk, maupun ekspresi emosional yang tidak selalu disampaikan secara langsung. Oleh karena itu, TikTok tidak hanya menjadi media berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga menjadi sumber data linguistik yang kaya untuk mengkaji penggunaan bahasa dalam komunikasi digital, khususnya tuturan yang mengandung makna implisit.

TikTok sebagai ruang komunikasi digital memungkinkan munculnya berbagai bentuk penggunaan bahasa yang tidak selalu menyampaikan maksud secara langsung. Kolom komentar pada suatu konten tidak hanya berfungsi sebagai tempat audiens memberikan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan kreator, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya interaksi dan pertukaran makna. Dalam konteks komunikasi promosi, audiens dapat memberikan respons berupa pengalaman penggunaan produk, penilaian terhadap kualitas produk, ketertarikan untuk membeli, maupun kritik terhadap aspek tertentu dari produk yang ditawarkan. Respons tersebut sering kali disampaikan melalui tuturan yang memiliki makna implisit sehingga diperlukan pemahaman terhadap konteks untuk mengetahui maksud sebenarnya dari penutur. Oleh karena itu, kajian terhadap komentar audiens pada konten promosi di TikTok menjadi relevan dalam perspektif pragmatik karena tuturan yang muncul tidak hanya berkaitan dengan bentuk bahasa, tetapi juga dengan bagaimana makna dibangun melalui situasi komunikasi tertentu.

Pragmatik merupakan salah satu cabang linguistik yang mengkaji hubungan antara bahasa dan konteks penggunaannya. Menurut Yule (1996), pragmatik berkaitan dengan kajian mengenai makna yang disampaikan oleh penutur dan ditafsirkan oleh mitra tutur berdasarkan konteks tertentu. Dengan demikian, kajian pragmatik tidak hanya melihat struktur bahasa secara formal, tetapi juga mempertimbangkan maksud penutur, situasi tutur, serta pengetahuan bersama yang melatarbelakangi terjadinya komunikasi. Salah satu kajian utama dalam pragmatik adalah implikatur percakapan yang dikemukakan oleh Grice (1975). Konsep implikatur percakapan menjelaskan bahwa suatu tuturan dapat menyampaikan makna yang lebih luas daripada makna yang secara langsung diucapkan. Grice membedakan implikatur percakapan menjadi dua jenis, yaitu implikatur percakapan umum (*generalized conversational implicature*) dan implikatur percakapan khusus (*particularized conversational implicature*). Implikatur percakapan umum merupakan makna tersirat yang dapat dipahami tanpa bergantung pada konteks khusus tertentu, sedangkan implikatur percakapan khusus merupakan makna tersirat yang pemahamannya sangat bergantung pada konteks situasi tutur tertentu. Melalui konsep tersebut, komentar audiens pada media sosial dapat dianalisis untuk mengetahui bentuk serta makna implisit yang terkandung di dalamnya.

Objek dalam penelitian ini berupa komentar audiens pada salah satu konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid. Pemilihan objek tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa konten yang dipilih menunjukkan interaksi audiens yang tinggi dengan jumlah 304 komentar. Selain jumlah komentar yang memadai, konten tersebut memperlihatkan keberagaman respons audiens yang

tidak hanya membahas manfaat dan kualitas produk, tetapi juga menanggapi keberadaan sendok untuk *moisturizer* (spatula) sebagai bagian dari kemasan produk. Munculnya berbagai respons tersebut menghasilkan variasi tuturan berupa pujian, pertanyaan, keluhan, harapan, pengalaman penggunaan, hingga ekspresi emosional yang berpotensi mengandung makna implisit. Keberagaman bentuk komentar tersebut menjadikan konten tersebut relevan sebagai sumber data karena menyediakan tuturan yang kaya untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan bentuk implikatur percakapan berdasarkan teori Grice (1975). Selain itu, pemilihan satu konten dilakukan agar analisis dapat dilakukan secara lebih mendalam dengan mempertimbangkan keseragaman konteks komunikasi yang melatarbelakangi munculnya komentar audiens.

Pemilihan produk *moisturizer* sebagai fokus kajian dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik produk yang berkaitan erat dengan pengalaman personal pengguna. Produk perawatan kulit, khususnya *moisturizer*, digunakan secara rutin oleh pengguna sehingga respons yang muncul dalam kolom komentar tidak hanya berkaitan dengan informasi produk, tetapi juga mencerminkan pengalaman, penilaian, dan evaluasi subjektif audiens terhadap produk tersebut. Berbagai respons yang muncul dapat berkaitan dengan kesesuaian produk terhadap kondisi kulit, tekstur, aroma, kemasan, maupun kenyamanan penggunaan. Kondisi tersebut memungkinkan munculnya beragam bentuk tuturan, seperti ungkapan kepuasan, ketertarikan, pertimbangan pembelian, maupun kritik yang tidak selalu disampaikan secara langsung. Oleh karena itu, konten promosi *moisturizer* dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki potensi menghasilkan variasi tuturan yang

kaya akan makna implisit sehingga relevan dikaji melalui perspektif pragmatik, khususnya implikatur percakapan.

Penelitian mengenai implikatur percakapan telah dilakukan dalam berbagai konteks komunikasi dengan objek kajian yang beragam. Munir dan Azkiyah (2022) melalui penelitian berjudul Implikatur Konversasional dalam Wacana Media Sosial pada Akun Twitter mengkaji penggunaan implikatur percakapan dalam komunikasi digital pada platform Twitter. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa implikatur digunakan untuk menyampaikan kritik, sindiran, dan sikap evaluatif dalam interaksi di media sosial. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama mengkaji penggunaan implikatur percakapan dalam komunikasi digital. Namun, penelitian Munir dan Azkiyah (2022) berbeda dari penelitian ini karena objek kajiannya berupa wacana pada media sosial Twitter, sedangkan penelitian ini berfokus pada komentar audiens dalam konten promosi produk di TikTok.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Istriwati, Kurnianto, dan Utami (2023) dengan judul Implikatur Percakapan dalam Acara Bincang-Bincang Rumah Uya Trans7. Penelitian tersebut mengkaji implikatur percakapan dalam tuturan acara televisi dengan menitikberatkan pada keterkaitan kemunculan implikatur terhadap pelanggaran prinsip kerja sama Grice. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implikatur muncul melalui pelanggaran terhadap maksim kualitas dan maksim cara. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan teori implikatur percakapan sebagai landasan analisis. Akan tetapi, penelitian tersebut memiliki perbedaan pada sumber data yang digunakan karena mengkaji tuturan

lisan dalam acara televisi, sedangkan penelitian ini menganalisis tuturan tertulis berupa komentar audiens dalam komunikasi digital di TikTok.

Selain itu, penelitian Ni'mah dan Antono (2024) yang berjudul Implikatur Percakapan Anak Broken Home kepada Orang Tua di Desa Sumber Wetan Kota Probolinggo mengkaji penggunaan implikatur percakapan dalam interaksi keluarga. Penelitian tersebut menemukan adanya bentuk implikatur percakapan konvensional dan nonkonvensional dalam komunikasi antara anak dan orang tua. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada kajian terhadap makna tersirat dalam suatu interaksi komunikasi. Adapun perbedaannya terdapat pada konteks komunikasi dan klasifikasi implikatur yang digunakan, karena penelitian ini berfokus pada klasifikasi implikatur percakapan umum (*generalized conversational implicature*) dan implikatur percakapan khusus (*particularized conversational implicature*) dalam komentar audiens pada konten promosi digital.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai implikatur percakapan telah diterapkan pada berbagai bentuk komunikasi, seperti media sosial Twitter, acara televisi, dan interaksi dalam lingkungan keluarga. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji implikatur percakapan pada komentar audiens dalam konten promosi produk kecantikan di TikTok masih belum banyak ditemukan. Selain memiliki perbedaan pada objek kajian, penelitian terdahulu juga belum secara khusus memusatkan analisis pada klasifikasi implikatur percakapan umum (*generalized conversational implicature*) dan implikatur percakapan khusus (*particularized conversational implicature*) berdasarkan teori Grice (1975) dalam konteks komentar audiens pada konten promosi *moisturizer*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi ruang

kajian tersebut dengan menganalisis bagaimana bentuk implikatur percakapan direalisasikan dalam komentar audiens pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid.

Kebaruan penelitian ini terletak pada objek, sumber data, dan fokus analisis yang digunakan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji implikatur percakapan pada wacana Twitter, tuturan dalam program televisi, maupun komunikasi keluarga, penelitian ini mengkaji komentar audiens sebagai bentuk komunikasi tertulis dalam media sosial TikTok. Selain itu, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi keberadaan implikatur percakapan, tetapi juga mengklasifikasikan bentuk implikatur yang ditemukan ke dalam dua jenis berdasarkan teori Grice

(1975), yaitu implikatur percakapan umum dan implikatur percakapan khusus. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana audiens membangun makna secara implisit melalui komentar pada konten promosi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai implikatur percakapan dalam komentar audiens pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid penting dilakukan untuk memperluas kajian pragmatik dalam konteks komunikasi digital. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan menunjukkan penerapan teori implikatur percakapan Grice (1975) dalam bentuk komunikasi tertulis yang berlangsung pada media sosial. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam memberikan gambaran mengenai karakteristik penggunaan bahasa audiens dalam merespons konten promosi digital, khususnya dalam menyampaikan maksud secara tidak langsung melalui tuturan yang

kontekstual. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kajian pragmatik, implikatur percakapan, serta penggunaan bahasa dalam interaksi digital di media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk implikatur percakapan umum (*generalized conversational implicature*) yang terdapat dalam komentar audiens pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid?
2. Bagaimana bentuk implikatur percakapan khusus (*particularized conversational implicature*) yang terdapat dalam komentar audiens pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid?
3. Bagaimana makna implisit yang dihasilkan dari penggunaan implikatur percakapan dalam komentar audiens pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk implikatur percakapan umum (*generalized conversational implicature*) dalam komentar audiens pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid.
2. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk implikatur percakapan khusus (*particularized conversational implicature*) dalam komentar audiens pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid.

3. Mendeskripsikan makna implisit yang terkandung dalam komentar audiens berdasarkan konteks komunikasi digital pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada kajian implikatur percakapan dalam komentar audiens pada satu konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid. Data penelitian berupa komentar tertulis audiens yang mengandung makna implisit dalam konteks komunikasi promosi digital.

Analisis penelitian difokuskan pada identifikasi dan klasifikasi bentuk implikatur percakapan berdasarkan teori Grice (1975), yaitu implikatur percakapan umum (*generalized conversational implicature*) dan implikatur percakapan khusus (*particularized conversational implicature*), serta penafsiran makna implisit yang muncul dalam komentar berdasarkan konteks komunikasi.

Penelitian ini tidak membahas aspek kebahasaan lain di luar fokus penelitian, seperti implikatur konvensional, tindak tutur, pelanggaran maksim percakapan, maupun kajian pragmatik lainnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoretis dan praktis.

1.5.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pragmatik, khususnya mengenai penerapan teori implikatur percakapan Grice (1975) dalam konteks komunikasi digital.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai bagaimana makna implisit dibangun melalui hubungan antara tuturan dan konteks komunikasi pada interaksi tertulis di media sosial.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Bagi pengajar pragmatik, penelitian ini dapat menjadi contoh penerapan teori implikatur percakapan pada fenomena komunikasi digital sehingga dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran yang kontekstual. Bagi peneliti bidang bahasa dan media sosial, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengkaji penggunaan bahasa pada ruang komunikasi digital dengan objek yang berbeda.

Bagi praktisi digital marketing dan pengelola media sosial, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai bentuk respons audiens serta penggunaan bahasa implisit dalam interaksi pada konten promosi digital.

1.6 Keaslian Penelitian (*State of the Art*)

Kajian mengenai implikatur percakapan telah banyak dilakukan dalam berbagai konteks komunikasi. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa implikatur percakapan dapat ditemukan dalam berbagai bentuk interaksi, baik dalam komunikasi digital maupun komunikasi langsung. Munir dan Azkiyah (2022) mengkaji implikatur percakapan dalam wacana media sosial pada akun Twitter dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa implikatur digunakan untuk menyampaikan kritik, sindiran, dan sikap evaluatif dalam komunikasi digital. Selanjutnya, Istriwati, Kurnianto, dan Utami (2023) mengkaji implikatur percakapan dalam acara bincang-bincang Rumah Uya Trans7 dengan fokus pada keterkaitan implikatur terhadap pelanggaran prinsip kerja sama Grice. Adapun

Ni'mah dan Antono (2024) mengkaji implikatur percakapan dalam interaksi anak broken home kepada orang tua dan menemukan adanya penggunaan implikatur konvensional dan nonkonvensional.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai implikatur percakapan telah diterapkan pada berbagai objek penelitian. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji klasifikasi implikatur percakapan umum (*generalized conversational implicature*) dan implikatur percakapan khusus (*particularized conversational implicature*) dalam komentar audiens pada konten promosi produk kecantikan di TikTok belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek kajian berupa komentar audiens dalam konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid serta fokus analisis yang diarahkan pada identifikasi bentuk implikatur percakapan dan penafsiran makna implisit berdasarkan teori Grice (1975).

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik untuk menganalisis bentuk implikatur percakapan dalam komentar audiens pada konten promosi *moisturizer* di akun TikTok @eminacosmeticsid. Data penelitian berupa komentar tertulis audiens yang dianalisis berdasarkan teori implikatur percakapan Grice (1975), khususnya klasifikasi implikatur percakapan umum (*generalized conversational implicature*) dan implikatur percakapan khusus (*particularized conversational implicature*). Melalui analisis tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi bentuk implikatur yang muncul serta menafsirkan makna implisit yang terkandung dalam komentar audiens berdasarkan konteks komunikasi digital.