

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mitra tutur dan penutur dapat melakukan tindakan melalui tuturan yang dikenal dengan tindak tutur. Salah satu komponen kajian pragmatik adalah tindak tutur, yang menyelidiki konteks yang disampaikan oleh penutur dan dipahami oleh mitra tutur, serta makna tuturan. Tindak tutur, menurut Yule, adalah kegiatan yang dilakukan melalui ujaran. Setiap pembicara akan terlibat dalam kegiatan ujaran saat berbicara. Setiap tindak tutur yang dilakukan oleh penutur memiliki makna tertentu.¹

Tindak tutur meliputi menyuruh, meminta, menjanjikan, dan memuji, yang dikelompokkan oleh Austin dengan tiga macam tindak tutur: (1) lokusi, yaitu tindak tutur yang digunakan untuk meminta sesuatu; (2) ilokusi, yaitu tindak tutur yang digunakan untuk menyarankan, membujuk, dan

¹George Yule, *Pragmatik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hal. 40.

menyuruh lawan bicaranya agar bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan, dan (3) perlokusi adalah tindak tutur yang mempunyai pengaruh terhadap lawan tutur. dinyatakan. Tindak tutur dibagi menjadi lima jenis bentuk tutur menurut Searle, macam bentuk tuturan yang menunjukkan fungsi itu dapat dirangkum sebagai berikut: Representatif atau asertif seperti membuat (*hypothesise*), menyarankan (*suggest*), bersumpah (*swear*); Direktif seperti memerintah (*command*), meminta (*request*), mengundang (*invite*); Komisif seperti mengusahakan (*undertake*), berjanji (*promise*), mengancam (*threaten*); Ekspresif seperti berterimakasih (*thanks*), mengucapkan selamat (*congratulate*), menyambut (*welcome*); Deklarasi seperti menyatakan (*declare*), menamakan (*name*).²

Bahasa merupakan alat yang paling sering digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Dua kategori utama bahasa adalah bahasa lisan dan bahasa tulisan. Keduanya memiliki kualitas yang khas. Berbicara bersifat ekspresif, artinya

² Bowo Hermaji, *Teori Pragmatik*, (Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama, 2021), hal. 50-53.

ekspresi wajah, intonasi, dan bahasa tubuh digabungkan untuk meningkatkan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan maksud, gambaran, gagasan, dan perasaan dalam suatu gagasan yang dikonseptualisasikan. Bahasa tulis adalah bahasa yang digunakan dalam bentuk tulisan atau yang berbasis teks dan bukan spasial atau temporal, yang memerlukan kelengkapan struktural. Melalui berbagai iklan, bahasa dapat digunakan sebagai alat promosi. Merk harus disebutkan pada tahap awal sebagai sarana untuk memastikan kualitas barang yang dipasarkan. Baik media cetak maupun elektronik dapat digunakan untuk pengajuan (promosi).

Periklanan adalah untuk mendorong perintah berita yang membujuk masyarakat agar tertarik dengan barang dan jasa yang ditawarkan, memasang pemberitahuan kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang ditawarkan di media massa seperti surat kabar dan majalah atau di tempat-tempat umum. Salah satu cara terbaik untuk menampilkan produk iklan adalah melalui penggunaan pidato oleh artis model iklan terpilih untuk berbicara bahasa iklan yang menarik. Khusus

untuk media *YouTube*, pengaruh model iklan entertainer sangat kentara, sehingga penonton akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dalam iklan kosmetik banyak ditampilkan tindak tutur yang tidak hanya bersifat informatif tentang produk yang ditawarkan tetapi juga persuasif untuk membuat khalayak tertarik dengan produk yang ditawarkan. Iklan berfungsi sebagai alat komunikasi untuk memberikan informasi, mengumumkan atau menjual produk. Produk yang diiklankan bervariasi. Salah satu produk iklan adalah produk kecantikan, dan lebih meyakinkan pembeli untuk memperkenalkan produk kecantikan melalui media audio visual. Di usia yang masih muda ini, produk kecantikan sudah menjadi kebutuhan bagi kaum wanita.

Selain tayang di televisi, iklan sekarang juga banyak mewarnai *YouTube*. *YouTube* adalah salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat di seluruh dunia. *YouTube* merupakan sebuah situs web berbagi, yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video, namun dengan segala kemudahan dan

banyaknya kegunaan melalui berbagai macam jenis video.³ *YouTube* merupakan media promosi online yang paling banyak digunakan, yaitu sebesar 61,91%, lebih tinggi dari 3 media promosi lainnya. Penggunaan bahasa dalam iklan *YouTube* merupakan salah satu faktor yang konsumen pahami tentang bahasa iklan. Media yang paling banyak digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produknya adalah penggunaan media periklanan (Tuty Kusmaini, 2020). Tujuan utama periklanan adalah untuk menyediakan dan membujuk konsumen dan pengguna untuk membeli, mencoba dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan selain untuk memperkenalkannya. Salah satu teknik untuk menarik minat konsumen terhadap suatu produk yang diberikan atau dipromosikan melalui iklan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan adalah penggunaan bahasa, kalimat

³Muh Jamil Reza, *Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Media Sosial YouTube sebagai Media Content Video Creative*. (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021).

yang menarik, dan pemilihan kosa kata yang dapat dimengerti.⁴

Bahasa merupakan alat komunikasi dan interaksi yang sangat penting untuk menyampaikan gagasan, pikiran, pendapat dan perasaan bagi manusia.⁵ Melalui bahasa dapat memperoleh beberapa informasi yang penting yang diperlukan dalam kehidupan. Keterampilan berbahasa sangat dibutuhkan sejak dini. Dalam dunia pendidikan bahasa memegang peran yang sangat penting. Hampir pada setiap lembaga pendidikan di setiap negara, bahasa menjadi salah satu inti kurikulum. Demikian halnya kurikulum pendidikan di Indonesia menempatkan Bahasa Indonesia sebagai mata pelajaran utama. Pelajaran Bahasa Indonesia juga diajarkan pada setiap jenjang pendidikan, mulai dari jenjang sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi. Mengingat pentingnya fungsi bahasa tersebut maka pembelajaran bahasa mutlak diperlukan. Serta tujuan utama pembelajaran Bahasa

⁴Evita Rismawati, *'Analisis Tindak Tutur dalam Wacana Iklan Produk Wardah di YouTube*, (Surakarta: 2022), hal. 2-3.

⁵Abdul Chaer, *Linguistik Umum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hal. 78.

Indonesia di sekolah hakikatnya agar para siswa mampu berbahasa Indonesia dengan baik dan benar. Untuk mencapai tujuan tersebut, para siswa dihadapkan pada kegiatan berbahasa yang meliputi empat komponen keterampilan berbahasa yaitu menyimak, berbicara, membaca dan menulis.⁶ Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Adapun proses pembelajaran Mata pelajaran Bahasa Indonesia yang dilaksanakan di SMA Pangeran Antasari dimana Pembelajaran bahasa Indonesia yang diajarkan oleh guru ke peserta didik tidak lepas dari belajar membaca, menulis, menyimak, dan berbicara. aktivitas menyimak dan membaca merupakan awal dari setiap pembelajaran bahasa. Dengan menyimak dan membaca, dapat menguatkan kemampuan siswa untuk memahami setiap maksud yang disampaikan oleh menutur baik dalam bentuk lisan dan/atau tulisan. Peserta didik dilatih mengingat, meneliti kata-kata

⁶Chaer, *Linguistik Umum, Ibid*, hal. 79.

istilah dan memaknainya. Selain itu juga akan menemukan informasi yang belum diketahuinya.

Dengan menulis dan berbicara, siswa dapat merefleksikan hasil bacaan dan pengamatannya. Kemampuan berbahasa ekspresif yang secara produktif dapat menghasilkan tuturan bermakna dalam bentuk lisan dan tulisan sehingga difahami. Peserta didik dapat mengaktualisasikan setiap realitas yang terlihat dalam bentuk komunikasi dengan orang lain khususnya dalam proses pembelajaran berdiskusi kelompok didalam kelas. Dalam implikasinya dalam proses pembelajaran Bahasa Indonesia siswa dalam berkomunikasi khususnya dalam proses pembelajaran berdiskusi didalam kelas diharapkan dapat menggunakan bahasa yang santun dalam pengantarnya, yakni bagaimana cara berdiskusi, cara menyampaikan pendapat, sanggahan, persetujuan, dan penolakan dalam diskusi sehingga proses pembelajaran khususnya dalam hal berdiskusi dapat terlaksana dengan baik dan lancar dan siswa bisa dapat lebih memahami pesan yang disampaikan oleh mitra atau lawan tutur dengan baik dan

maksud dari pembelajaran dapat tersampaikan dengan siswa ketika semua peserta didik dalam proses pembelajaran berdiskusi menggunakan tindak tutur yang baik dan benar. Pada proses pembelajaran peserta didik dapat memanfaatkan tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi sebagai sumber pembelajaran. Namun dalam proses pembelajaran di dalam kelas khususnya berdiskusi siswa masih sering menggunakan bahasa yang kurang santun dan tindak tutur yang kurang tepat dan baik dalam menyampaikan pendapatnya.

Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, kualitas keterampilan berbahasa siswa baik secara aktif (berbicara dan menulis) maupun secara reseptif (menyimak dan membaca) sangat tergantung dengan kualitas dan kuantitas kosa kata Bahasa Indonesia yang miliknya.⁷ Menulis merupakan suatu keterampilan berbahasa yang digunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung atau tanpa tatap muka dengan orang lain. Dengan menulis secara terus-menerus dan latihan yang

⁷Hery Guntur Tarigan, *Pengajaran Kosa Kata* (Bandung: Angkasa, 2013), hal. 20.

sebenarnya, keterampilan tersebut dapat dimiliki oleh siswa sekolah menengah dalam beberapa pokok bahasan salah satu adalah menulis iklan. Guru mempunyai tanggung jawab untuk menjadikan para siswa terampil merangkai kalimat-kalimat menjadi menulis yang menarik. Peran seorang guru yaitu membangkitkan motivasi internal pada diri siswa sehingga mereka memiliki rasa suka terhadap menulis. Seperti halnya pembelajaran menulis yang ditawarkan kelas mengarang harus diselenggarakan secara menyenangkan, sehingga tidak menjadi beban, baik untuk siswa maupun guru. Maka pekerjaan pertama seorang guru adalah menumbuhkan rasa suka terhadap menulis. Kemampuan ini hanya bisa didapatkan melalui proses pembelajaran dan pelatihan tanpa pelatihan yang berulang-ulang, kemampuan menulis tidak akan terbentuk dengan baik.

Dari hasil observasi awal saat penulis melakukan wawancara dengan guru dan kepala sekolah, dikarenakan siswa sering tidak memperhatikan tuturan saat pembelajaran Bahasa Indonesia, siswa juga belum bisa menerapkan tindak

tutur yang benar saat berdiskusi dalam kelas, dan siswa juga belum mengetahui tindak tutur apa saja yang harus ada dalam membuat kalimat percakapan. Selain itu, budaya menulis pada siswa masih tergolong rendah, selain karena siswa tidak mengerti tindak tutur apa saja yang harus ada dalam membuat iklan. Hal ini disebabkan oleh minimnya inovasi pada aspek metode maupun media yang digunakan oleh guru Bahasa Indonesia.⁸ Guru hanya menggunakan buku cetak dan papan tulis dalam mencontohkan cara menulis teks iklan. Siswa yang belum terampil perlu mendapat perilaku yang tepat dan penanganan yang intensif dalam pembelajaran Bahasa Indonesia agar mereka dapat melakukan kegiatan menulis dengan baik dan sesuai dengan tingkat kemampuan menulis teks iklan bagi siswa kelas XII.

Contoh percakapan langsung juga akan membantu siswa memahami tindak tutur apa saja yang harus ada dalam membuat iklan yang benar. Hal ini telah diteliti oleh Kukuh Ernawati dalam penelitiannya yang menyimpulkan bahwa

⁸Observasi Awal, *Wawancara dengan Kepala Sekolah dan Guru.*

melalui penggunaan teknik pemodelan terjadi perubahan perilaku siswa lebih antusias pada pembelajaran dan termotivasi, juga menjadi tidak malas untuk menulis iklan.⁹

Rani Ayu Wandira Dokainubun juga melakukan penelitian yang membuktikan bahwa model pembelajaran dapat meningkatkan kemampuan menulis teks iklan.¹⁰

Oleh karena itu guru memberikan contoh iklan produk kecantikan yang tayang di Youtube. Kemampuan siswa dalam menulis iklan bertujuan agar siswa bisa menulis iklan untuk mempromosikan produk atau barang maupun jasa. Sesuai dengan fungsi iklan itu sendiri, yaitu sebagai alat komunikasi yang memberikan informasi, pengumuman ataupun menjual sebuah produk. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini penting dilakukan tentunya pada

⁹ Kuku Ernawati, *Peningkatan Keterampilan Menulis Iklan melalui Teknik Pemodelan pada Siswa Kelas VII-D SMP 2 Wanadadi Kabupaten Banjarnegara*, (Universitas Negeri Semarang, 2009).

¹⁰ Rani Ayu Wandira Dokainubun, *Peningkatan Kemampuan Menulis Iklan melalui Pendekatan Quantum Learning Pada Siswa Kelas V SDN Menteng Atas 06 Pagi Setiabudi Jakarta Selatan*, (Universitas Negeri Jakarta, 2015).

aspek pemanfaatan iklan dalam pembelajaran menulis teks iklan di kelas XII SMK Negeri 2 kota Bengkulu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk tindak tutur pada iklan produk kecantikan di media sosial *YouTube*?
2. Bagaimana pemanfaatan iklan produk kecantikan di media sosial *YouTube* pada pembelajaran menulis teks iklan di kelas XII SMK Negeri 2 Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tindak tutur pada iklan produk kecantikan di media sosial *YouTube*.
2. Untuk mengetahui pemanfaatan iklan produk kecantikan di media sosial *YouTube* pada pembelajaran menulis teks iklan di kelas XII SMK Negeri 2 Kota Bengkulu.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna tentang pemanfaatan iklan di media sosial dalam pembelajaran menulis iklan.
2. Manfaat Praktis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tindak tutur dalam iklan kecantikan di media social dan pemanfaatannya dalam membantu siswa menulis iklan.

