

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tindak tutur merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi dalam konteks sosial. Tindak tutur berarti melakukan suatu tindakan melalui tuturan, berupa mengajukan pertanyaan, membuat pernyataan, memerintah, dan berjanji (Searle, 1969: 16). Tindak tutur bukan hanya digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi, melainkan ada tujuan tertentu yang hendak dicapai melalui tuturan tersebut. Tindak tutur menjadi aspek potensial untuk dikaji, sebab berkaitan dengan bagaimana suatu tuturan dapat digunakan untuk memengaruhi mitra tutur untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu tindak tutur yang memiliki potensial untuk dikaji ialah tindak tutur direktif.

Tindak tutur direktif merupakan tindak tutur yang ditujukan untuk memengaruhi mitra tutur untuk mengambil suatu tindakan yang diharapkan oleh penutur, seperti meminta, memerintah, mengizinkan, dan menasihati (Searle, 1979: 13). Tindak tutur direktif seringkali dimanfaatkan oleh penutur untuk memengaruhi pemikiran mitra tuturnya supaya melakukan tindakan sesuai dengan kehedaknya. Tindakan yang diambil dan dilakukan oleh mitra tutur merupakan hasil dari dorongan dan pengaruh tuturan penutur. Tindak tutur direktif menjadi aspek potensial untuk dikaji, sebab penutur dapat memengaruhi mitra tuturnya untuk melakukan suatu tindakan sesuai dengan kehendaknya melalui tuturan.

Salah satu realitas penggunaan tindak tutur direktif tecermin pada promosi produk. Promosi merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk mengenalkan dan

menyebarkan informasi tentang keberadaan suatu produk kepada masyarakat (Wardah & Albari, 2023: 192). Promosi tidak hanya digunakan untuk mengenalkan suatu produk kepada masyarakat, melainkan juga digunakan untuk membangun citra positif dan hubungan baik dengan para konsumen. Promosi dapat menjadi strategi yang ampuh digunakan untuk bersaing dengan produk lainnya di pasaran.

Pada era digital seperti saat ini, kegiatan promosi dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial merupakan wadah yang dapat digunakan untuk berinteraksi, menjalin hubungan kerja sama, dan menyebarkan informasi dengan cepat untuk memengaruhi orang lain (Wardah & Albari, 2023: 191). Media sosial awalnya hanya sebatas untuk menyebarkan dan menerima sebuah informasi saja, tetapi saat ini media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai alat pemasaran yang efektif untuk mempromosikan suatu produk. Salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan promosi ialah TikTok.

Promosi di media sosial TikTok dapat menggunakan jasa *influencer*. *Influencer* adalah seseorang yang berpengaruh di media sosial ditandai dengan pengikut yang banyak dan dapat memengaruhi perilaku dan tindakan pengikutnya melalui tuturannya (Hariyanti & Wirapraja, 2018: 141). Salah satu kegiatan yang biasa dilakukan oleh *influencer* ialah mengulas suatu produk dengan tujuan promosi. *Influencer* biasanya menggunakan konten-konten yang menarik untuk menarik perhatian para pengikutnya. *Influencer* terdiri atas golongan artis, selebgram, selebtok, konten kreator, dan youtuber. Ada enam kategori *influencer* berdasarkan jumlah pengikutnya, antara lain; 1) *Micro Influencer* (kurang dari 15.000 pengikut); 2) *Reguler-Influencer* (15.000-50.000); 3) *Rising Influencer*

(50.000-100.000); 4) *Mid-Influencer* (100.000-500.000); 5) *Macro-Influencer* (500.000-1.000.000); 6) *Mega-Influencer* (lebih dari 1.000.000) (Werner, 2021).

Salah satu produk yang dipromosikan oleh *influencer* di media sosial TikTok ialah produk kecantikan *Elformula*. *Elformula* merupakan salah satu *brand* kecantikan yang berdiri sejak tahun 2018 dari Amerika Serikat dan Korea. Salah satu produk *Elformula* yang menuai banyak peminat ialah *Elformula Intensive Peeling Solution*. Hal ini dibuktikan dengan jumlah penjualan yang mencapai 2,8 juta produk di TikTok Shop akun *@elformula.id*. *Elformula Intensive Peeling Solution* cocok bagi pemula yang hendak mencoba *peeling* serum, sebab memiliki kandungan yang ringan dan menyenangkan. Hal ini dibuktikan dengan penilaian bintang 4,9 di *TikTok Shop*. Selain itu, *brand Elformula* sering memberikan diskon besar-besaran pada setiap *event* yang cukup menarik perhatian para konsumennya.

Penjualan *Elformula Intensive Peeling Solution* di TikTok Shop tidak terlepas dari jasa *influencer* untuk mempromosikan dan mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat melalui konten-konten yang menarik di media sosial TikTok. Salah satu *influencer* yang berkontribusi besar dalam penjualan produk *Elformula Intensive Peeling Solution* ialah Reizuka Ari. Reizuka Ari merupakan *influencer* dengan penjualan nomor satu produk *Elformula Intensive Peeling Solution* di TikTok Shop. Hal ini dapat dibuktikan dengan tuturan Reizuka Ari pada video kontennya yang diunggah pada tanggal 12 Juni 2024 bahwasannya Reizuka Ari berhasil menjadi penjual nomor satu yang disertai bukti sebagai berikut.



Gambar 1.1 Bukti Reizuka Ari Penjual Nomor Satu

Reizuka Ari mempromosikan produk *Elformula Intensive Peeling Solution* mulai bulan Februari 2024 hingga Januari 2025 di akun TikTok pribadinya. Berdasarkan jenis *influencer* dilihat dari jumlah pengikutnya, Reizuka Ari tergolong *mega influencer* dengan jumlah pengikut 5,4 juta pengikut pada akun TikTok pribadinya *@dictionaryi*. Artinya, Reizuka Ari dapat mempromosikan dan menyebarkan informasi produk *Elformula Intensive Peeling Solution* dengan cepat di akun TikTok *@dictionaryi* dengan bantuan pengikutnya. Reizuka Ari juga dapat memengaruhi mitra tuturnya untuk melakukan suatu tindak berupa membeli produk yang dipromosikan hanya melalui tuturannya di media sosial. Reizuka ari memiliki ciri khas dalam mempromosikan suatu produk yaitu melakukan campur kode antara bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Selain itu, Reizuka Ari dengan mudah menarik perhatian mitra tutur untuk menonton video-video kontennya, sebab ia mengulas produk sesuai pengalaman pribadi dan memberikan komentar sesuai pengalaman pribadi bukan sebagai seseorang yang pakar di bidang kecantikan, sehingga lebih mudah dipahami.

Penelitian ini menarik untuk diteliti, sebab berkaitan erat dengan penggunaan bahasa untuk kebutuhan promosi. Tindak tutur dalam promosi

berkaitan erat dengan penggunaan tindak tutur direktif untuk mencapai tujuan promosi. Selain itu, *influencer* mendominasi dan menjadi alasan orang lain untuk mengambil suatu tindakan.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimanakah jenis-jenis tindak tutur dalam promosi produk *Elformula Intensive Peeling Solution* oleh Reizuka Ari?

1.2.2 Bagaimanakah fungsi tindak tutur direktif dalam promosi produk *Elformula Intensive Peeling Solution* oleh Reizuka Ari?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan jenis-jenis tindak tutur dalam tuturan promosi produk *Elformula Intensive Peeling Solution* oleh Reizuka Ari.

1.3.2 Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan fungsi tindak tutur direktif dalam tuturan promosi produk *Elformula Intensive Peeling Solution* oleh Reizuka Ari.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik manfaat secara teoretis maupun manfaat secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis pada bidang pragmatik. Pada bidang pragmatik, penelitian ini bermanfaat secara teoretis pada tindak tutur khususnya tindak tutur direktif untuk kebutuhan promosi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa PBSI, dosen PBSI, bagi pemerhati bahasa, dan bagi peneliti lain.

1.4.2.1 Bagi Mahasiswa PBSI

Penelitian ini diharapkan mampu dimanfaatkan sebagai bahan referensi kajian pragmatik khususnya tindak tutur direktif.

1.4.2.2 Bagi Dosen PBSI

Penelitian ini diharapkan mampu dimanfaatkan sebagai referensi dan bahan ajar dalam kajian pragmatik khususnya tindak tutur direktif yang dapat dimanfaatkan dalam bidang promosi.

1.4.2.3 Bagi Pemerhati Bahasa

Penelitian ini diharapkan mampu menambahkan wawasan mengenai penggunaan tindak tutur direktif pada promosi suatu produk.

1.4.2.4 Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan mampu dimanfaatkan sebagai bahan referensi dalam pengembangan penelitian di bidang pragmatik tentang tindak tutur direktif untuk tujuan promosi.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini menentukan batasan penelitian supaya tidak menyimpang dan tetap fokus pada pokok pembahasan yang ditetapkan, yaitu:

1.5.1 Penelitian ini hanya berfokus pada tindak tutur direktif

1.5.2 Tindak tutur direktif yang dikaji dalam penelitian ini untuk kebutuhan promosi produk *Elformula Intensive Peeling Solution* oleh *influencer* Reizuka Ari.

1.5.3 Penelitian yang dilakukan hanya berfokus pada media sosial TikTok akun *@dictionary* periode Februari 2024-Januari 2025.

1.6 Definisi Istilah

Penelitian berjudul “Tindak Tutur Direktif pada Promosi Produk *Elformula Intensive Peeling Solution* oleh *Influencer* Reizuka Ari” menggunakan beberapa istilah.

1.6.1 Tindak Tutur

Tindak tutur merupakan tindakan komunikasi yang bukan hanya untuk menyampaikan informasi, melainkan mengandung maksud dan tujuan yang bersifat ekonomis.

1.6.2 Jenis-jenis Tindak Tutur

Jenis-jenis tindak tutur ada empat, yaitu tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, tindak tutur literal, dan tindak tutur tidak literal. Tindak tutur langsung ialah tindak tutur yang maksud *influencer* dan modus kalimatnya sama. Tindak tutur tidak langsung ialah maksud *influencer* dan modus kalimatnya berbeda. Tindak tutur literal ialah tuturan yang maksud *influencer* dan maknanya sama. Tindak tutur tidak literal ialah tuturan *influencer* yang maksud dan maknanya berbeda.

1.6.3 Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif merupakan tuturan yang ditujukan memengaruhi seseorang untuk mengambil suatu tindakan berdasarkan informasi yang disampaikan oleh penutur. Tindak tutur dalam hal ini bisa dilakukan untuk kegiatan promosi. Tindakan mitra tutur akan menguntungkan penutur untuk mencapai target penjualan.

1.6.4 Fungsi Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif berfungsi untuk meminta, memerintah, bertanya, mengizinkan, menasihati, menyarankan, dan memesan. Setiap fungsi tindak tutur direktif dimaksudkan untuk mencapai target penjualan.

1.6.5 Media Sosial

Media sosial adalah wadah yang dapat digunakan oleh setiap manusia untuk menyebarkan dan menerima informasi, berinteraksi, dan berbagi pengalaman yang dilakukan secara daring khususnya untuk kepentingan promosi.

1.6.6 *Influencer*

Influencer adalah orang yang memiliki pengaruh besar untuk memengaruhi perilaku, pikiran, tindakan, dan keputusan orang lain melalui media sosial.