

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi merupakan fondasi interaksi sosial yang memungkinkan pertukaran informasi, ide, dan emosi antar individu (Yanti, 2019:35). Dalam konteks ini, manusia tidak hanya sekadar bertukar pesan, melainkan juga berinteraksi dengan tujuan tertentu. Proses komunikasi yang efektif tidak hanya bergantung pada pesan yang disampaikan, tetapi juga pada pemahaman konteks sosial, budaya, dan psikologis saat pesan itu disampaikan. Dengan demikian, kajian tentang komunikasi tidak hanya tentang menganalisis struktur bahasanya, akan tetapi meninjau penggunaan bahasa yang digunakan dalam situasi tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

Pragmatik merupakan bidang kajian dalam linguistik yang menganalisis hubungan antara bahasa, konteks, dan makna. Kajian ini tidak terbatas pada pemaknaan leksikal secara harfiah, melainkan berfokus pada keterkaitan antara penggunaan bahasa dengan konteks tuturnya. Hal tersebut dilakukan dengan maksud dan tujuan penutur dalam sebuah interaksi komunikatif dapat dipahami oleh mitra tutur (Yule, 1996:5). Pendekatan pragmatik memberikan perspektif mengenai penggunaan bahasa yang disampaikan kepada mitra tutur. Ruang lingkup kajian ini memiliki relevansi dalam analisis berbagai bentuk komunikasi, mulai dari interaksi verbal sehari-hari hingga konten pada media digital.

Pragmatik menyediakan landasan teoretis untuk menganalisis bahasa sebagai instrumen pencapaian tujuan komunikatif. Komunikasi merupakan bentuk kerja sama antara penutur dan mitra tutur yang berupaya memahami maksud suatu

tuturan (Syamsuddin, 1992:67). Hal tersebut mengindikasikan bahwa makna bahasa tidak hanya terbatas pada tataran leksikal, tetapi juga ditentukan oleh konteks interaksi. Oleh karena itu, penelitian dengan pendekatan pragmatik memungkinkan dilakukannya identifikasi berbagai dimensi makna dalam suatu kegiatan komunikasi.

Kajian pragmatik mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan media komunikasi, termasuk platform digital seperti *YouTube*. Komunikasi pada era digital tidak hanya terbatas pada interaksi tatap muka, tetapi juga mencakup interaksi termediasi antara penutur dan mitra tutur melalui konten media sosial. Dalam konteks tersebut, pragmatik digunakan sebagai instrumen untuk menganalisis konstruksi makna pada video, kolom komentar, serta unsur linguistik lainnya yang memengaruhi pemahaman dan respons audiens. Oleh karena itu ilmu pragmatik menyediakan landasan teoretis dalam penelitian mengenai kegiatan komunikasi yang terjadi baik secara langsung dan di media sosial.

Salah satu teori yang terdapat dalam ilmu pragmatik adalah tindak tutur (*speech act*). Teori ini menyatakan bahwa saat seseorang mengucapkan sesuatu, ia tidak hanya sekadar membuat pernyataan, tetapi juga sedang melakukan suatu tindakan Austin (dalam Leech, 1993:279). Secara garis besar, tindak tutur dibagi menjadi tiga komponen utama: tindak lokusi (*act of saying something*), tindak ilokusi (*act performed in saying something*), dan tindak perlokusi (*act performed by saying something*).

Tindak tutur lokusi adalah tindakan mengucapkan kata, kalimat, atau frasa sesuai dengan makna sebenarnya (Astri, 2020:23). Sementara itu, tindak tutur ilokusi adalah fungsi atau maksud di balik ucapan tersebut, misalnya untuk

meminta maaf, memerintah, atau bertanya (Searle, 1969:62). Puncak dari teori ini adalah tindak tutur perlokusi, yaitu efek atau pengaruh yang ditimbulkan oleh ucapan pada pikiran, perasaan, atau tindakan mitra tutur (Austin, 1962:101) Ketiga komponen ini bekerja dan saling berkaitan untuk menciptakan komunikasi yang efektif.

Tindak tutur perlokusi merupakan salah satu aspek penting dalam kajian pragmatik yang berfokus pada hasil atau efek yang ditimbulkan oleh suatu tuturan terhadap lawan tutur (Hermaji, 2021:46). Sedangkan menurut Tarigan (1984:100) tindak tutur perlokusi suatu kegiatan meyakinkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Berbeda dengan tindak lokusi yang hanya memahami makna tuturan tanpa memperhatikan konteks tuturan (Rohmadi, 2004:30). Tindak ilokusi merupakan suatu tindak ujar yang digunakan untuk melakukan sesuatu (Astri, 2029:23). Sedangkan tindak perlokusi menekankan pada dampak atau efek yang dicapai melalui tindakan komunikasi. Efek perlokusi ini beragam, mulai dari membuat lawan tutur merasa terkejut, marah, sedih, hingga meyakinkan mereka untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Sifatnya yang sering kali tidak dapat diprediksi menjadikan perlokusi sebagai fenomena yang dinamis dan kompleks dalam komunikasi verbal.

Tindak tutur perlokusi adalah tindakan yang dilakukan dengan mengatakan sesuatu yang menekankan efek tuturan pada mitra tuturnya (Leech, 1993:316). Leech mengidentifikasi bahwa efek perlokusi dapat dikelompokkan berdasarkan tujuannya. Selain itu, Leech juga menekankan bahwa ujaran tidak hanya melihat apa yang diujarkan, melainkan ujaran tersebut berhasil atau tidak mempengaruhi pemahaman dan tindakan lawan tutur. Menurut Rohmadi (2004:32) tindak tutur

perlokusi dibagi menjadi 5 jenis yaitu tindak tutur representatif, direktif, ekspresif, dan deklarasif. Sedangkan Leech membagi tindak tutur perlokusi menjadi 16 jenis yaitu membuat tahu bahwa, membujuk, menipu, mendorong, menjengkelkan, menakuti, menyenangkan, membuat mantra tutur melakukan sesuatu, mengilhami, mengesankan, mengalihkan perhatian, membuat mitra tutur berpikir tentang, melegakan, mempermalukan, menarik perhatian, menjemukan (Leech, 1993:323). Berdasarkan pendapat tersebut macam tindak tutur perlokusi dibagi menjadi enam belas macam, hal tersebut menjadi macam tuturan yang digunakan untuk menganalisis macam tuturan perlokusi yang digunakan tokoh yang terdapat pada kanal *YouTube Dhot Design* menggunakan teori tindak tutur perlokusi Geoffrey Leech.

Penelitian ini menggunakan teori tindak tutur perlokusi Geoffrey Leech untuk menganalisis tuturan dalam kanal *YouTube Dhot Design*. Kanal *YouTube* tersebut merupakan tempat hasil karya anak bangsa yang diunggah untuk dikonsumsi publik, selain itu, kanal *YouTube* tersebut banyak diminati dari berbagai kalangan. Hal tersebut dibuktikan dari jumlah pengikut, komentar dan penonton di kanal *YouTube* tersebut yang mencapai jutaan. Karena karya video yang diunggah di *YouTube* tersebut mengandung fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat seperti kegiatan gotong royong, interaksi, dan tolong menolong.

Dalam penelitian ini kanal *YouTube Dhot Design* menjadi objek utama penelitian ini dalam penggunaan tindak tutur perlokusi Leech. Hal tersebut dilakukan karena peneliti saat menonton salah satu video yang diunggah di kanal *YouTube* tersebut yang berjudul “Pendakian Kedua” menemukan beberapa

fenomena-fenomena tindak tutur perlokusi yang terdapat pada interaksi percakapan tokoh pada video, yaitu sebagai berikut:

Macam tindak tutur perlokusi pertama yang ditemukan yaitu macam tindak tutur membujuk. Konteks pada video “bang Topan memberikan arahan kepada teman-temannya (Robi, Peot, Kona, Dhot, Pak Rungkad) dan memberikan nasehat untuk tetap berpikir positif selama perjalanan dan mendoakan bapak pencari kayu semoga tetap dalam keadaan sehat”. Interaksi yang dilakukan:

***Penutur: “Ya udah lanjut yuk, biar bisa cepet balik lagi”***

*Mitra Tutur: “Ayok-ayok dah..” (Yt: Dhot Design)*

Tuturan di atas termasuk tindak tutur perlokusi membujuk, karena dalam tuturan tersebut selain memiliki efek kepada mitra tutur juga memiliki sifat mengajak “Yuk” kepada mitra tutur. Efek yang dialami oleh mitra tutur yaitu mematuhi tuturan yang diujarkan oleh penutur karena pada ujaran tersebut memiliki tindak tutur perlokusi membujuk mitra tutur untuk segera melanjutkan perjalanan sehingga dapat segera kembali atau turun.

Kedua macam tindak tutur perlokusi menjengkelkan. Konteks interaksi yang dilakukan “Pak Rungkad, Robi, Kona, dan Peot melakukan pendakian. Pak Rungkad baru pertama kali melakukan pendakian”. Berikut interaksi yang dilakukan:

*Mitra Tutur: “Udah ah! Nanti juga Bapak ngerasain kalau udah di atas”*

***Penutur: “Di atas? Emang harus ke atas ya?, Gua kira cuma sampek sini”***

*Mitra Tutur: “Yahh... guimana sih!”*

*Mitra Tutur: “Pantes sok-soan dari tadi, Taunya dia kira nyampek sini doang” (Yt: Dhot Design)*

Tuturan yang dilakukan oleh pak Rungkad tergolong pada tindak tutur perlokusi menjengkelkan, karena tuturan yang diujarkan memiliki efek pada mitra tutur Peot dan Kawan-kawannya. Efek yang dihasilkan yaitu pada ujaran “Yah..

*gimana sih!*” tuturan tersebut termasuk pada tindak tutur perlokusi menjengkelkan karena selain pak Rungkad baru pertama kali mendaki sehingga Dia mengira mereka sudah sampai mendakinya, ternyata masih harus naik ke puncak gunungnya. Hal tersebut yang membuat tuturan yang dituturkan oleh penutur termasuk dalam tindak tutur perlokusi menjengkelkan.

Beberapa fenomena yang ditemukan di atas, peneliti berasumsi bahwa video yang terdapat pada kanal *YouTube Dhot Design* mengandung bentuk tindak tutur perlokusi. Maka dari itu untuk membuktikan tindak tutur perlokusi digunakan pada kanal tersebut dan perlu dilakukan penelitian. Selain itu penelitian tentang tindak tutur perlokusi pada kanal *YouTube* belum banyak diteliti. Hal tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang tuturan langsung, seperti video pada kanal *YouTube Dhot Design*. Selain itu alur cerita yang terdapat pada kanal tersebut disesuaikan dengan kebiasaan kehidupan bermasyarakat, sehingga tuturan yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan setiap episodenya.

Penelitian ini berjudul “Perlokusi Geoffrey Leech pada Kanal *YouTube Dhot Design*”. Alasan peneliti melakukan penelitian ini berlandaskan pada isi video pada kanal *YouTube* tersebut yang banyak menceritakan kehidupan bermasyarakat, percintaan dan persahabatan. Selain itu, video yang terdapat pada kanal tersebut ditemukan penggunaan tindak tutur perlokusi Leech. Adanya penelitian ini untuk menambah pengetahuan pembaca tentang tindak tutur perlokusi Leech pada kanal *YouTube Dhot Design*.

Maka dari itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk memberikan pemahaman tentang tindak tutur perlokusi khususnya tindak tutur perlokusi yang dicetuskan Leech. Dalam konteks tindak tutur pastinya ada kegiatan komunikasi antara penutur

dan mitra tutur untuk mengetahui jenis tuturan yang digunakan. Selaras dengan hal tersebut video unggahan yang terdapat di kanal *YouTube Dhot Design* juga melakukan hal sama. Maka penelitian ini perlu dilakukan, karena video yang terdapat pada kanal tersebut mengandung nilai-nilai norma bermasyarakat, menceritakan percintaan, dan persahabatan dalam karya rekayasa, selian itu, video yang terdapat di kanal tersebut juga menggunakan tindak tutur perlokusi yang dicetuskan Leech.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, dapat diambil rumusan masalah yaitu, “bagaimanakah penggunaan bentuk tindak tutur perlokusi Leech pada kanal *YouTube Dhot Design*?”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk tindak tutur perlokusi Leech yang terdapat pada kanal *YouTube Dhot Design*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis dan praktis yang penjelasannya sebagai berikut:

### **1) Manfaat secara teoretis**

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan pemahaman mendalam pada kajian pragmatik khususnya teori tindak tutur, serta dapat menjelaskan dan mendeskripsikan tindak tutur perlokusi Leech yang terdapat pada kanal *YouTube Dhot Design*.

## 2) Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada orang lain yang dimaksud sebagai berikut:

### a) Bagi pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pembaca untuk menambah pengetahuan pembaca, jika melakukan penelitian tindak tutur khususnya tindak tutur perlokusi Leech.

### b) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau referensi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian tentang pragmatik khususnya tindak tutur.

### c) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan menambah wawasan mahasiswa tentang kajian tindak tutur perlokusi, sehingga mampu menganalisis maksud, tujuan dan dampak tuturan dalam kegiatan komunikasi.

## 1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan-batasan penelitian yang digunakan untuk menjaga fokus penelitian, ketepatan penelitian dan tujuan penelitian.

### 1) Batasan teori penelitian

a) Penelitian ini memiliki fokus teori pragmatik kajian tindak tutur berdasarkan konsep Geoffrey Leech.

b) Berdasarkan jenisnya tindak tutur dibagi menjadi tiga jenis yaitu tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Penelitian ini memiliki fokus pada tindak tutur

perlokusi. Sedangkan jenis tindak tutur lainnya tidak dibahas pada penelitian ini.

- c) Analisis tindak tutur perlokusi pada penelitian ini berfokus pada efek penggunaan tindak tutur perlokusi yang terdapat pada kanal *YouTube Dhot Design*.

## 2) Batasan Objek penelitian

- a) Objek utama penelitian ini yaitu kanal *YouTube Dhot Design*.
- b) Analisis dilakukan hanya dilakukan pada beberapa episode yang terdapat pada kanal tersebut yaitu episode “Pendakian Kedua”.

## 1.6 Definisi Operasional

### 1) Tindak tutur

Tindak tutur adalah tuturan yang disampaikan oleh seseorang dalam sebuah interaksi yang mengandung maksud atau tujuan tertentu yang terjadi pada kanal *YouTube Dhot Design*.

### 2) Tindak tutur perlokusi

Tindak tutur perlokusi adalah tuturan memiliki efek atau pengaruh pada pendengar atau mitra tutur yang terdapat pada kanal *YouTube Dhot Design*.

- a) Perlokusi membuat mitra tutur tahu atau (*get hearer to know or learn*) merupakan tindak tutur perlokusi memberikan informasi baru kepada mitra tutur yang berlandaskan pengetahuan yang dimiliki penutur.
- b) Perlokusi membujuk (*persuade*) merupakan tindak tutur perlokusi yang memiliki efek melalui upaya penutur untuk memberikan alasan atau penjelasan logis, menggunakan kalimat persuasif yang dapat dipertimbangkan oleh mitra tutur.

- c) Perlokusi menipu (*deceive*) merupakan tindak perlokusi yang membuat mitra tutur percaya pada sesuatu yang tidak benar.
- d) Perlokusi mendorong (*encourage*) merupakan tindak perlokusi suatu hal yang memaksa atau mendesak untuk seseorang berbuat sesuatu.
- e) Perlokusi menjengkelkan (*irritate*) merupakan tindak perlokusi yang menimbulkan efek mengganggu mitra tutur tersinggung, marah, dan kesal.
- f) Perlokusi menakuti (*frighten*) merupakan tindak perlokusi yang menimbulkan rasa takut, terancam terhadap sesuatu.
- g) Perlokusi menyenangkan (*amuse*) merupakan tindak perlokusi yang membuat seseorang atau orang sekitar tertawa yang membuat waktu berlalu dengan suasana hati bahagia.
- h) Perlokusi membuat petutur melakukan sesuatu (*get hearer to do*) merupakan tindak perlokusi membuat penutur berbuat sesuatu dengan menjelaskan alasan kepada mitra tutur mengapa mitra tutur harus melakukan hal tersebut dan menuruti keinginan penutur
- i) Perlokusi mengilhami (*inspire*) merupakan tindak perlokusi yang memberikan efek mitra tutur merasa percaya diri dan berani untuk melakukan sesuatu atau memberikan ide-ide yang bagus untuk mitra tutur lakukan.
- j) Perlokusi mengesankan (*impress*) merupakan tindak perlokusi yang membuat mitra tutur merasa puas dan kagum akan sesuatu hal dapat berupa benda, tokoh, pemikiran, atau tempat,
- k) Perlokusi mengalihkan perhatian (*distract attention*) merupakan tindak perlokusi memindahkan percakapan awal ke pembahasan yang lain.

- l) Perlokusi membuat petutur berpikir akan sesuatu (*get hearer to think about*) merupakan tindak perlokusi yang membuat mitra tutur berpikir mengenai hal-hal yang didengar dari penutur.
- m) Perlokusi meredakan ketegangan/melegakan (*relieve tension*) merupakan tindak perlokusi yang memiliki efek mengurangi ketegangan situasi gelisah atas perasaan atau membuat lega perasaan mitra tutur pada suatu kondisi tertentu.
- n) Perlokusi memalukan (*embarrass*) merupakan tindak perlokusi yang membuat mitra tutur merasa dikucilkan atau merasa malu atas perkataan yang dituturkan oleh penutur
- o) Perlokusi menarik perhatian (*attract attention*) merupakan tindak perlokusi yang diujarkan penutur membuat perhatian mitra tutur tertuju kepada suatu hal dikarenakan rasa kagum atau tertarik.
- p) Perlokusi membosankan (*bore*) merupakan tindak perlokusi yang dapat membuat mitra tutur merasa tidak nyaman karena penutur berbicara terlalu banyak sehingga mitra tutur merasa menimbulkan rasa bosan.

### 3) Kanal *YouTube Dhot Design*

Kanal *YouTube Dhot Design* merupakan kanal yang memberikan pandangan dan pengetahuan kepada audiens tentang peristiwa yang terjadi pada lingkungan sekitar baik yang terjadi di lingkungan masyarakat, keluarga, pertemanan, dan percintaan.