

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia tidak dapat lepas dari bahasa, terbukti dari penggunaannya untuk percakapan sehari-hari, tentu ada peran bahasa yang membuat satu sama lain dapat berkomunikasi dan saling menyampaikan pesan. Bahasa sebagai alat untuk berinteraksi dan berkomunikasi haruslah dipahami secara tepat oleh penutur dan mitra tuturnya sehingga penggunaannya tidak menimbulkan salah pengertian. Dalam setiap komunikasi manusia saling menyampaikan informasi yang dapat berupa pikiran, gagasan maksud, perasaan, maupun emosi secara langsung. Oleh sebab itu, bahasa memegang peranan penting dalam kehidupan (Ades, 2023:1-2)

Pragmatik adalah ilmu yang mempelajari penggunaan bahasa dan hubungannya dengan pengguna bahasa yang berkaitan dengan tindak tutur. Konteks sebuah tindak tutur merupakan hal yang tidak dapat dijelaskan. Dapat dikatakan bahwa mitra tutur tidak memahami informasi atau tujuan yang ingin disampaikan kepada penutur jika mereka menyampaikan maksud penutur tanpa memahami konteksnya (Pratama, 2020).

Pratama (2020) menjelaskan tujuan dari tuturan antara penutur dan mitra tutur dapat tercapai, maka penutur harus memiliki kesantunan dalam menyampaikan tuturannya. Perihal kesantunan tentu bukan hal yang baru, terlebih masyarakat Indonesia sangat akrab dengan budaya dan juga adat istiadat. Kesantunan yang dimaksud tentunya tidak hanya berupa tindak tutur, namun kesantunan juga meliputi sikap ataupun perilaku yang menggambarkan identitas

seseorang. Oleh karena itu, kesantunan merupakan hal yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan kita, agar hubungan antar sesama dapat terjaga dengan baik.

Keadaan era digital saat ini telah menunjukkan perubahan yang sangat pesat dalam kehidupan sehari-hari. Kemunculan era digital berpotensi meningkatkan kualitas hidup masyarakat umum di berbagai bidang, termasuk ekonomi (Tartila, 2022). Pada perkembangan zaman saat ini, teknologi media baru atau yang juga dikenal dengan teknologi berbasis internet sedang naik daun (Hamzah & Putri, 2020), sehingga mengubah strategi pemasaran merupakan langkah yang diperlukan agar bisnis dapat terus berkembang dan mencapai kesuksesan pemasaran. Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah secara signifikan cara orang mencari, memilih, dan berinteraksi dengan produk. Kecenderungan konsumen untuk meneliti produk secara online sebelum melakukan pembelian merupakan salah satu pergeseran terbesar yang sering terjadi. Sebelum melakukan pembelian, pembeli saat ini biasanya menggunakan platform media sosial dan metode pembayaran digital.

Industri masa kini, menghadapi tantangan untuk terus menghasilkan produk baru, karena dampak negatif ekonomi digital terhadap kesempatan *implisit*. Para pelaku *startup* harus dapat bekerja sama dan memanfaatkan sinergi, tidak hanya untuk industri (Vania & Anwar, 2022). Hal ini terkait dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa organisasi di setiap bidang perlu memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menjadi kompetitif tetapi juga menguntungkan. Dunia bisnis saat ini telah kehilangan pangsa pasar akibat ketidakmampuan mereka untuk

mengembangkan strategi digital untuk bisnis mereka, agar sistem jual beli dapat bertahan dan berkembang di era digital saat ini. Prosedur dan metode yang sudah ketinggalan zaman perlu ditinjau kembali, dan teknologi baru perlu digunakan (Supriyanto & Hana, 2020). Mereka dalam lingkungan digital yang menghubungkan individu dan organisasi termasuk jaringan komputer publik, dikenal sebagai internet untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh dunia dan memberi mereka akses ke sejumlah besar informasi. Internet memberikan peluang baru bagi para *trader* yang memberikan nilai kepada pelanggan dan mengembangkan hubungan dengan mereka. (Sartono, 2021)

Penjualan *online* yang dilakukan oleh pembeli dan penjual biasanya tidak terlalu kooperatif, memiliki obrolan yang baik dapat menjadi faktor sangat penting untuk membuat pembeli menyadari nilai produk sebagai daya tarik pembeli. Konteks bertutur sangat mempengaruhi makna dan pesan yang terdapat dalam tindak tutur. Tindak tutur dalam penjualan yang berani harus dilakukan dengan sangat serius. Tidak hanya unik dan menarik, tetapi juga memperkuat ikatan sosial antara penjual dan pembeli, seperti kesepakatan, kerja sama tim, media, dan toleransi.

Berkat kemajuan teknologi, kini orang dapat berkomunikasi satu sama lain dalam jarak yang sangat jauh dengan menggunakan *handphone* yang terhubung dalam jaringan internet. Internet telah memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain dengan cara yang jelas dan ringkas tanpa harus mengkhawatirkan hambatan. Jenis komunikasi tersebut dapat terjadi di bidang yang berhubungan dengan perdagangan. Perdagangan berbasis internet sangat erat kaitannya dengan

toko *online*, yaitu bisnis yang menjual barang secara *online*. Munculnya bisnis baru di kalangan pengguna internet, yaitu *online shop*. Fenomena ini mulai terjadi ketika munculnya wabah *covid-19* yang membuat segala aktivitas dilakukan secara daring, termasuk dalam proses transaksi jual beli.

Seperti yang diketahui bahwa sejak tahun 2020, dua warga Indonesia dinyatakan sebagai kasus pertama yang terkonfirmasi Covid-19 yang menyebar dengan cepat ke manusia-manusia lainnya. Pemerintah telah mengambil kebijakan untuk masyarakat menaati protokol kesehatan seperti memakai masker, mencuci tangan dengan sabun dan menjaga jarak. Selain protokol kesehatan 3M. Pemerintah telah menutup akses keluar masuk warga asing dengan menerapkan pembatasan sosial berskala besar pada masyarakat sejak adanya PSBB, banyak sektor ekonomi yang mengalami penurunan pendapatan, karyawan yang di PHK, Mall dan pasar di tutup, dan lain-lain. Maka dari itu banyak pedagang yang mulai memanfaatkan media internet untuk memasang *store online* dan mempromosikan produk jualannya.

Aplikasi - aplikasi yang terpasang dalam media internet seperti: *Shopee*, *lazada*, *Tokopedia*, *Gofood*, *Grabfood*, dan situs web lainnya. Sebelum adanya teknologi secanggih ini, para pedagang masih harus membuka toko dan konsumen datang ke toko untuk belanja. Hal ini akan menyulitkan masyarakat di masa pandemi, karena mayoritas masyarakat merasa ketakutan untuk belanja ramai-ramai bersama dengan konsumen lainnya. Maka dari itu kehadiran *platform-platform online* memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Komunikasi sebagai sarana promosi penjualan di toko *online*, khususnya toko *online* perhiasan wanita, salah satu benda yang digunakan untuk merias atau mempercantik diri adalah perhiasan. Perhiasan biasanya terbuat dari emas atau bahkan perak dan terdiri dari berbagai macam jenis. Antara lain liontin, gelang, cincin, dan kalung. Perhiasan umumnya diberikan sebagai hadiah dan benda untuk mempercantik diri. Perhiasan juga hadir dalam berbagai bentuk seperti, bulat, hati, kotak, dan lain-lain.

Toko Jewelry Lover merupakan salah satu toko perhiasan yang menjual barang melalui platform Tiktok dan Shopee. Berbagai jenis-jenis perhiasan, mulai dari kalung, gelang, cincin, anting-anting dan liontin tersebut berbahan baku perak 925. Bahan tersebut super *hypoallergenic* sehingga orang-orang yang memiliki kulit sensitif bisa memakainya, serta sudah anti berkarat dan menghitam, sehingga bisa digunakan setiap hari. Dalam toko Jewelry Lover para pelanggan memiliki minat yang banyak dengan kalung. Untuk perhiasannya sendiri memiliki berbagai warna mulai dari *gold*, *silver* dan *rosegold*.

Menjalankan bisnis saat menjual barang di Tiktok dan Shopee penjual dan pembeli harus menggunakan berbagai jenis tindak tutur yang berbeda. Dalam pertukaran interaktif antara penjual dan pembeli, tidak jarang muncul keterampilan berbahasa seperti menjelaskan produk, memberikan penjelasan, menawarkan bantuan, dan lain sebagainya. Penutur juga memiliki tujuan agar tuturannya dapat dipahami oleh mitra tutur, sehingga dapat memastikan keberhasilan transaksi jual beli.

Terdapat tiga jenis tindak tutur, yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi. (Amfusina dkk., 2020:209), tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang digunakan untuk menyatakan sesuatu, menjelaskan maksud dari suatu masalah tertentu. (Amfusina dkk., 2020:209), tindak tutur ilokusi adalah jenis tindak tutur yang digunakan untuk tujuan selain untuk berkomunikasi, juga digunakan untuk melaksanakan tugas-tugas tertentu. (Amfusina dkk., 2020:209), tindak tutur perlokusi adalah tindak tutur yang secara konsisten memiliki dampak yang mempengaruhi tuturan yang bersangkutan. (Amfusina dkk., 2020:208), ada tiga jenis tindak tutur yang berbeda dalam praktik penggunaan bahasa. Ketiga jenis tindak tutur tersebut adalah sebagai berikut. Pertama, tindak tutur lokusi, yaitu tindak tutur yang menggunakan kata, frasa, dan kalimat sesuai dengan makna yang ditentukan oleh kata, frasa, dan kalimat tersebut. Kedua, tindak tutur ilokusi, yaitu tindak tutur untuk melakukan suatu tindakan dengan fungsi tertentu. Ketiga, tindak tutur perlokusi, yaitu tindak tutur yang menimbulkan dampak pada mitra tutur.

Penelitian ini membahas persoalan tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam komentar tertentu mengandung pesan yang disampaikan secara langsung dan tidak langsung. Maka dari itu tindak tutur ilokusi dipilih karena tindak tutur ilokusi memaparkan informasi yang digunakan untuk melakukan sesuatu, mengandung arti makna sendiri. Pada penelitian ini difokuskan hanya pada dua platform yaitu Tiktok dan Shopee saja, karena pada toko Jewelry Lover *live streaming* dilakukan pada kedua platform tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, alasan peneliti tertarik untuk meneliti tindak ilokusi dalam penjualan *online shop* pada *live streaming* di Jewelry Lover

(kajian Tindak Tutur Austin dan Searle) “ karena penelitian ini belum ditemukan yang mengkaji tindak ilokusi. dengan menggunakan objek penelitian *online shop* di toko Jewelry Lover dengan teori tindak tutur Austin dan Searle yang mengkaji sebuah cara berkomunikasi yang mencakup konteks, tujuan komunikasi, dan dampak dari ujaran yang disampaikan. Dalam toko Jewelry Lover tersebut terdapat cara berkomunikasi secara daring dengan pelanggan, karena semakin canggihnya perkembangan teknologi yang dapat mempengaruhi transaksi jual beli.

1.2 Rumusah Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana tindak ilokusi dalam penjualan online shop pada *live streaming* di Jewelry Lover?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan tindak ilokusi dalam penjualan online shop pada *live streaming* di Jewelry Lover

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, penulis memiliki beberapa manfaat penelitian, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa wawasan pengetahuan di dunia bisnis khususnya dalam pengembangan berbahasa generasi muda melalui tindak ilokusi dalam penjualan *online shop*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan ataupun referensi dalam mengkaji sebuah pengembangan penelitian khususnya di bidang berbahasa dalam penjualan *online shop*.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan memperkaya wawasan maupun pengetahuan tentang bahasa yang ada dalam penjualan *online shop*.
- c. Bagi pebisnis, penelitian ini diharapkan menjadi motivasi dalam pembentukan usaha penjualan *online shop*.

1.5 Definisi Istilah

Istilah yang digunakan dalam penelitian ini, bertujuan untuk mempermudah penelitian, agar menghindari kesalahpahaman terhadap pembaca. Adapun pemaparan istilah sebagai berikut:

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi, ide, atau perasaan antara individu atau kelompok. Proses ini dapat terjadi secara lisan, tulisan, atau melalui daring. Tujuan dari komunikasi adalah untuk menyampaikan makna dan menciptakan pemahaman diantara pihak-pihak yang terlibat.

2. *Online shop*

Online shop merupakan platform atau situs web yang memungkinkan orang untuk membeli dan menjual produk atau layanan secara *online*. Di tempat ini, konsumen bisa menjelajahi berbagai produk, melakukan pembelian, dan sering kali berkomunikasi dengan penjual melalui fitur seperti *live streaming*. *Online shop* memberikan kemudahan berbelanja tanpa perlu pergi ke tokoh fisik.

3. Tindak Ilokusi

Tindak ilokusi merupakan bentuk komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menunjukkan maksud atau tujuan dibalik pernyataan tersebut. Dalam linguistik, merupakan cara sebuah ungkapan bisa memiliki makna tambahan tergantung pada konteks dan intonasi.

4. Tindak Ilokusi Austin dan Searle

Tindak ilokusi dalam konteks Austin dan Searle merujuk pada teori tindak tutur yang dikembangkan oleh J.L. Austin dan John Searle adalah teori pragmatik yang mempelajari bagaimana ujaran atau pernyataan yang digunakan untuk melakukan Tindakan tertentu dalam komunikasi. Teori ini berfokus pada bagaimana kata-kata atau kalimat tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga dapat melakukan aksi tertentu, seperti memberi perintah, menjanjikan, atau meminta.

