

Tindak Tutur Ilokusi pada Video Review Produk Kosmetik di Akun Youtube Female Daily Network (Kajian Pragmatik)

Luthfia Rizqia Nisa', Sri Puji Astuti, Riris Tiani
Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro
luthfianisa65@gmail.com, sripujiastuti0116@gmail.com, tiani.riris@gmail.com

Abstract

This research is a descriptive qualitative research type. The object of this research study is the words containing illocutionary speech acts in the cosmetic product review video on the Youtube Female Daily Network account. Provision of data in this study using the method of observing and note-taking techniques. This research was analyzed using the equivalent method. The theory of this research uses Searle's theory of speech acts. Presentation of the results of data analysis using informal methods. The results of this study found that the forms of illocutionary speech acts used in cosmetic product video reviews on the Youtube Female Daily Network account were (1) assertive illocutionary speech acts with the function of informing, stating, and speculating, (2) directive illocutionary speech acts with the function of suggesting and ordering, (3) expressive illocutionary speech acts with the function of praising, criticizing, and complaining, (4) commissive illocutionary speech acts with the function of offering, (5) declarative illocutionary speech acts with the function of validating..

Keywords: pragmatics, illocutionary speech acts, cosmetic products.

Intisari

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif deskriptif. Objek kajian penelitian ini, yaitu tuturan yang mengandung tindak tutur ilokusi dalam video ulasan produk kosmetik di akun *Youtube Female Daily Network*. Penyediaan data pada penelitian ini menggunakan metode simak dan teknik catat. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode padan. Teori penelitian ini menggunakan teori tindak tutur Searle. Penyajian hasil analisis data menggunakan metode informal. Hasil penelitian ini ditemukan bentuk tindak tutur ilokusi yang digunakan pada video *review* produk kosmetik di akun *Youtube Female Daily Network* berupa (1) tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberitahukan, menyatakan, dan berspekulasi, (2) tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi menyarankan dan menyuruh, (3) tindak tutur ilokusi ekspresif dengan fungsi memuji, mengkritik, dan mengeluh, (4) tindak tutur ilokusi komisif dengan fungsi menawarkan, (5) tindak tutur ilokusi deklaratif dengan fungsi mengesahkan.

Kata kunci: pragmatik, tindak tutur ilokusi, produk kosmetik.

Pendahuluan

Tindak tutur adalah tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan (Yule, 2018: 82). Tindak tutur bersifat psikologis dan keberlangsungannya ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu. Selain itu, tindak tutur terfokus pada makna atau arti tindakan dalam tuturannya (Chaer, 2010: 50). Terdapat tiga jenis tindak tutur menurut Searle (dalam Wijana, 1996: 17), yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi, dan tindak tutur perlokusi. Tindak tutur dapat terjadi pada komunikasi lisan dan

komunikasi tulis dengan menggunakan media tulis dan elektronik. Media komunikasi elektronik dewasa ini berkembang tidak hanya melalui media televisi tetapi juga melalui platform digital *Youtube*.

Pemanfaatan platform digital *Youtube* sebagai media komunikasi digunakan oleh berbagai lini. Bidang bisnis menggunakan platform *Youtube* untuk menyampaikan komunikasi, memberikan informasi, bahkan mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan. Pemanfaatan platform digital di bidang bisnis juga dilakukan oleh

perusahaan *Female Daily* (FD) dengan akun *Youtube* bernama *Female Daily Network* (FDN). Perusahaan ini dirintis oleh Hanifa Ambadar. *Female Daily Network* menyajikan tayangan yang berhubungan dengan perusahaannya yaitu bidang kecantikan. FDN memproduksi konten video ulasan produk kecantikan, artikel mengenai perawatan dan kecantikan, dan membuat forum diskusi mengenai produk-produk kecantikan.

Female Daily Network (FDN) mengembangkan platform *Youtube* tidak hanya untuk mempromosikan sebuah produk, tetapi juga mengembangkan platform *Youtube* dengan meningkatkan interaksi penonton dan pengisi video. Terdapat peningkatan jumlah penonton yang berlangganan pada akun *Youtube Female Daily Network*. Pada tahun 2020, jumlah orang yang berlangganan sebesar 905.000 per 1 September 2020, mengalami peningkatan 84.000 menjadi 989.000 per 20 Agustus 2021. Selain peningkatan jumlah pelanggan, FDN juga mengikutsertakan penonton sebagai salah satu juri dalam acara penghargaan tahunan yang diadakan oleh *Female Daily* terhadap produk-produk perawatan kecantikan yaitu "*Best of Beauty Awards*". Interaksi timbal balik yang dilakukan oleh *Female Daily Network* dapat menciptakan tingkat kepercayaan penonton pada akun *Youtube* ini.

Adanya tingkat kepercayaan pada *Youtube Female Daily Network* oleh penonton membuat pemilik *brand* kecantikan memanfaatkan akun *Youtube* ini sebagai salah satu media untuk mempromosikan dan mengenalkan produk barunya. Setiap video ulasan yang dibuat dapat memberikan keuntungan bagi pemilik *brand* kecantikan, karena setiap produk yang diulas pada satu video saja dapat mengikat penonton atau calon pembeli produk dan dapat membuat imej bagi *sebuah brand*. Di sisi lain, produk kecantikan merupakan produk yang relatif, yaitu kecocokan produk tergantung pada tipe dan jenis kulit masing-masing penonton. Jika penonton tidak memahami

maksud tuturan dalam sebuah video ulasan produk kecantikan, penonton akan membeli produk tanpa mempertimbangkan faktor lainnya.

Salah satu episode video dalam akun *Youtube Female Daily Network* yang memberikan ulasan produk kosmetik adalah episode "*New Kit on The Block*" (NKOTB). Pada episode ini, dua orang pengisi acara bertugas untuk menjelaskan dan memberikan komentar terhadap produk-produk kosmetik yang baru rilis per bulan. Pengisi acara menyampaikan ulasan dengan tuturan-tuturan. Tuturan yang diutarakan seringkali mempunyai daya pengaruh atau efek bagi yang mendengarkannya. Efek ini dapat secara sengaja atau tidak sengaja dibuat oleh penuturnya. Tuturan yang digunakan oleh pengisi acara yang memberikan informasi berupa penilaian terhadap produk kosmetik baru di bulan tersebut dapat diidentifikasi menggunakan tuturan jenis tindak tutur ilokusi. Tindak tutur ilokusi merupakan sebuah tuturan yang berfungsi selain untuk menginformasikan sesuatu tetapi juga untuk melakukan sesuatu (Wijana, 1996: 18).

Searle (dalam Rustono, 1999: 38-49) menawarkan klasifikasi, yaitu asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Berikut ini merupakan klasifikasi tindak tutur ilokusi, (1) tindak tutur ilokusi asertif yaitu tindak tutur yang mengikat penuturnya akan kebenaran atas apa yang diujarkan, (2) tindak tutur ilokusi direktif yaitu tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar mitra tuturnya melakukan tindakan yang disebutkan didalam tuturannya itu, (3) tindak tutur ilokusi ekspresif yaitu tindak tutur ekspresif atau tindak tutur evaluatif adalah tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan dalam tuturannya itu, (4) tindak tutur ilokusi komisif yaitu tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan dalam tuturannya, dan (5) tindak tutur ilokusi deklaratif yaitu tindak tutur

yang dimaksudkan penuturnya untuk menciptakan hal (status, keadaan, dan sebagainya) yang baru.

Penelitian terdahulu yang membahas tindak tutur pada *review* produk kosmetik pernah dilakukan oleh Hamidah (2015) berjudul "Tindak Tutur Endorse di Media Sosial Instagram" dan Nurhabibah (2020) berjudul "Analisis Tindak Tutur Selebgram terhadap Tingkat Kepercayaan Warganet di Instagram". Kedua penelitian tersebut memperoleh temuan yang hampir sama berupa penyampaian fakta dan penggunaan tindak tutur direktif. Selain itu, tuturan *review* disampaikan oleh selebgram. Selebgram merupakan seseorang yang memiliki pengaruh dan pengikut di media sosial *Instagram*. Tuturan yang disampaikan hanya berupa fakta positif dari sebuah produk kosmetik yang di-*review*.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan, kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menyoroti fenomena *review* produk atau ulasan produk yang memiliki pengaruh dalam promosi produk dengan penggunaan tindak tutur ilokusi. Terdapat kebaruan penelitian ini terdapat pada penggunaan tindak tutur ilokusi dapat menambah variasi tuturan ketika mengulas sebuah produk. Penggunaan tindak tutur ilokusi oleh pengisi video *review* produk kosmetik di akun *Youtube Female Daily Network* (FDN) juga bermanfaat untuk memperhalus kritikan terhadap produk dan dapat memperhalus promosi penjualan produk. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dijelaskan bagaimana bentuk dan fungsi tindak tutur ilokusi pada video *review* produk kosmetik di akun *youtube Female Daily Network*.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data primer pada penelitian ini, yaitu tuturan pada video *review* produk kosmetik di akun *Youtube Female Daily Network*. Tahapan penelitian ini, yaitu penyediaan data, analisis data, dan penyajian hasil analisis data. Tahap penyediaan data penelitian ini

menggunakan metode simak dengan teknik bebas libat cakap, kemudian dilanjutkan dengan teknik catat. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode padan dengan teknik pilah unsur penentu pragmatik (Sudaryanto, 2015). Data direduksi, kemudian diklasifikasikan ke dalam bentuk dan fungsi tindak tutur ilokusi. Kemudian, data dianalisis menggunakan teori tindak tutur Searle. Tahap penyajian penelitian ini menggunakan metode informal (Sudaryanto, 2015).

Hasil dan Pembahasan

1. Tindak Tutur Ilokusi Asertif

Data 1

Konteks: Pada episode *Makeup Lokal Baru di bawah 100K*, Dara dan Netta menilai produk yang baru dirilis dari merek *Pixy*. Produk baru dari *Pixy* yaitu *liquid lipstick*. Mereka memberitahukan bahwa produk baru yang dikeluarkan memiliki enam *shades* warna lipstick.

Tindak Tutur:

Dara : "Kita mulai dari yang pertama, yaitu *liquid lipstick Pixy*. Ini barangnya *nggak* baru. Tapi *Pixy* ini baru mengeluarkan enam *shades* baru, yang semuanya bernuansa *nude*. *Nude*-nya juga bervariasi, ada yang *chocolate nude*, itu kayak *mauve nude*, ada juga yang lebih *orange*. Kalau dari

segi *packaging* segala macam, *sih* sama. Kita *udah* pernah coba *sih* ya, yang lama?”
 Netta : “Heem.”

Pada data 1 terdapat tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi ‘memberitahukan’. Penanda yang ditemukan adalah tuturan dari Netta yaitu *Pixy ini baru*. Penanda tersebut merupakan pemberitahuan tentang kebaruan produk. Penanda *Pixy ini baru* memiliki makna asertif memberitahukan fakta baru tentang produk kosmetik *Pixy*. Fungsi tuturan tersebut adalah penutur memberikan informasi tentang produk yang sedang di-*review* yaitu *Pixy* yang sedang mengeluarkan hal baru. Kata *ini* merujuk pada *liquid lipstick*. Produk *Pixy liquid lipstick* sedang mengeluarkan enam *shades* baru dengan nuansa warna *nude*. Fakta *baru*, maksudnya seri *liquid lipstick* dari *Pixy* memiliki warna-warna baru.

2. Tindak Tutur Ilokusi Direktif

Data 2

Konteks : Pada episode *Makeup Lokal Baru di Bawah 100K*, Dara menilai produk baru *Matte Lipcream Makeover* yang mengeluarkan *shade* warna yang terkesan *bold*. Dara menyarankan cara pemakaian untuk varian warna terbaru produk ini, jika penonton merasa kurang percaya diri ketika menggunakan *lipcream* warna *bold*.

Tindak Tutur:

Netta : “Gue jarang banget *pake* warna-warna kayak *deep brown* atau *deep mauve* yang kalau bahasa gue *tuh kayak bold-bold nanggung gitu tuh* gue kurang suka. Gue kayak *mending* yang kayak *gini* sekalian.”

Dara : “Tapi kalau misalnya kamu ada beberapa yang masih belum *PD nih pake* warna gelap di seluruh bibir, *bisa pake* kaya gue. Ini gue *pake* yang *shade Vogue*. Jadi sebelumnya *pake* lipstick *nude* dulu, terus merahnya di *dap-dap* aja di *dalem* (baca: bibir bagian dalam) terus diusap ke luar gitu. Jadi *nggak* terlalu kaget, tapi *bold-nya* tetep dapat.”

Pada data 2 terdapat tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi ‘menyarankan’. Penanda ditemukan pada tuturan yang dituturkan oleh Dara, yaitu *bisa pake*. Penanda *bisa pake* memiliki makna direktif menyarankan pemakaian produk yang sedang di-*review*. Fungsi tuturan tersebut adalah penutur memberikan saran cara memakai produk *lipmatte* dari *Makeover* yang hanya memiliki dua *shade* warna *bold* atau warna-warna yang tua. Sebelumnya penutur menjelaskan jika konsumen termasuk tipe yang tidak percaya diri memakai lipstick warna-warna tua, bisa menggunakan cara pengaplikasian lipstick sama dengan penutur. Hal tersebut merujuk pada tuturan *tapi kalau misalnya kamu ada*

beberapa yang masih belum PD nih pake warna gelap di seluruh bibir, bisa pake kaya gue.

Pada kata *pake* dalam penanda tuturan bisa *pake* merujuk pada penggunaan salah satu *shade lipmatte Makeover* yaitu *shade Vogue* dengan warna merah gelap/tua. Cara pemakaian penutur yaitu mengaplikasikan *lipmatte Makeover* di bagian tengah bibir saja setelah memakai *lipcream* lainnya yang memiliki warna *nude/cokelat* ke arah *pink*. Hal tersebut merujuk kepada tuturan *jadi sebelumnya pake lipstick nude dulu, terus merahnya di dap-dap aja di dalem (baca: bibir bagian dalam) terus diusap ke luar gitu*. Penutur juga menambahkan penjelasan, jika memakai *lipmatte Makeover* seperti yang disarankan, maka akan memberi kesan memakai *lipmatte* warna *bold* tetapi tidak terlalu mencolok. Hal tersebut merujuk pada tuturan *jadi nggak terlalu kaget, tapi bold-nya tetep dapet*.

3. Tindak Tutur Ilokusi Ekspresif

Data 3

Konteks : Pada episode *Produk Skincare Hingga Lipstik Lokal Terbaru*, terdapat produk baru oleh *brand Wardah*. Ochell dan Imani memuji *brand Wardah* seri *Velvet Matte Lip Mousse* karena mengeluarkan produk dengan kemasan yang menggambarkan varian warna.

Tindak Tutur:

Ochell : “Jadi, ini *lipcream* tapi teksturnya kaya *mousse*, gitu. Nah, si *packaging-nya* kan ini kelihatan warna-warnanya,

itu menandakan warna lipstick di dalamnya.”

Imani : “*I see, efisien si.*”

Ochell : “Iya. Jadi, gue tuh kadang kalau misalnya ini kayak beberapa kan lo *males nyarinya* kan?”

Imani : “Betul, kan dimasukin ke *makeup pouch* kan amburadul. Jadi, harus dicarinya agak memakan waktu.”

Ochell : “*Nah, kalo ini tuh* tinggal ambil aja karena udah sesuai warna sama *packaging-nya.*”

Pada data 3 terdapat tindak tutur ilokusi ekspresif dengan fungsi ‘memuji’. Penanda dituturkan oleh Imani, yaitu *efisien si*. Penanda *efisien si* berfungsi ekspresif memuji sebuah produk dengan menyatakan keunggulan produknya. Fungsi tuturan tersebut adalah penutur memuji produk dengan tujuan persuasif kepada mitra tutur. Penanda *efisien* merupakan kata adjektif yang memiliki makna bahwa produk *lipmousse Wardah* sudah tepat guna dan sasaran. Tuturan *efisien* merupakan respon dari tuturan sebelumnya yaitu penjelasan mengenai *packaging lipmousse Wardah* yang sudah menandakan varian *shade* warna lipstick tersebut. Hal tersebut merujuk pada *nah, si packagingnya kan ini kelihatan warna-warnanya, itu menandakan warna lipstick di dalamnya*.

Penanda *efisien* memiliki makna bahwa *packaging lipmousse Wardah* sudah tepat karena menggunakan warna yang sesuai dengan *shade* masing-masing lipsticknya. Selain itu, *efisien* memiliki maksud bahwa *packaging* memberikan kemudahan untuk pembeli ketika mencari produk di dalam tas kosmetiknya. Hal tersebut merujuk pada

tuturan *nah, kalo ini tuh tinggal ambil aja karena udah sesuai warna sama packagingnya.*

4. Tindak Tutur Ilokusi Komisif

Data 4

Konteks : Pada episode *Berbagai Produk Makeup Lokal Terbaru Wajib Coba*, Imani dan Poppy menilai produk baru *Lip and Cheek Sariayu Martha Tilaar* dengan memberikan penawaran promo-promo pembelian produk tersebut.

Tindak Tutur:

Imani : “*By the way di Shopee lagi ada promo, Rp189.000 dapat 3 item.*”

Poppy : “*Oh, wow!*”

Imani : “*Iya, 3 itemnya ini kalau nggak salah,*” (mengangkat 1 lipstik, 1 *eye palette*, dan 1 *cheeks palette*) “*Including pouch yang tadi.*”

Poppy : “*Pouch yang oren. Oke, menarik-menarik.*”

Imani : “*Jadi, kalau ada temen-temen yang mau beli, bisa langsung ke Shopee dan beli paketan yang ini.*” (mengangkat 1 lipstik, 1 *eye palette*, 1 *cheeks palette*, dan *pouch*)

Pada data 4 terdapat tindak ilokusi komisif dengan fungsi ‘menawarkan’. Penanda terdapat pada tuturan Imani yaitu *lagi ada promo*. Penanda *lagi ada promo* memiliki makna komisif menawarkan penjualan produk. Fungsi tuturan tersebut adalah penutur menawarkan kepada mitra tutur tentang pembelian produk.

Tuturan *lagi ada promo* berarti menawarkan diskon kepada mitra tutur yang akan membeli produk *lip and check Sariayu* di e-commerce Shopee. Shopee Official dari merek *Sariayu* mengadakan promo dengan total harga jika membeli seluruh produk *lip and check Sariayu* yaitu Rp189.000. Hal tersebut merujuk pada tuturan *by the way di Shopee lagi ada promo, Rp189.000 dapat 3 item*. Penawaran lain yang diberikan yaitu jika penonton membeli produk *lip and check Sariayu* di e-commerce Shopee akan mendapatkan gratis *pouch*. Hal tersebut merujuk pada tuturan *Including pouch yang tadi*.

5. Tindak Tutur Ilokusi Deklaratif

Data 5

Konteks : Pada akhir episode *Produk Complexion Lokal Terbaru*, Ochell dan Andin mendeklarasikan bahwa aplikasi *FD Apps* merupakan platform yang tepercaya.

Tindak Tutur:

Ochell : “*Heem. Jadi, kira-kira mana dari tiga produk ini yang menurut kalian paling racun yang wajib kalian beli.*”

Andin : “*Atau bahkan udah ada yang beli? Udah ada yang pakai juga?*”

Ochell : “*Boleh tuh di-mention di komen section di bawah atau*

Andin : jangan lupa untuk di-review di *FD Apps*.”
 : “Karena kita *beauty review platform* dengan *trusted community*. Jadi, *review-review-nya* lebih terpercaya.”

Pada data di atas terdapat tindak tutur ilokusi deklaratif ‘mengesahkan’. Penanda terdapat pada tuturan Andin yaitu *trusted community*. Penanda *trusted community* memiliki makna deklaratif mengesahkan. Fungsi tuturan tersebut adalah penutur secara informatif mengesahkan bahwa *platform beauty* mereka adalah platform yang terpercaya.

Tuturan *trusted community* berarti komunitas yang ada dalam platform merupakan komunitas yang nyata dan terpercaya. Hal tersebut merujuk pada tuturan *kita beauty review platform dengan trusted community*. Penutur secara informatif menjelaskan bahwa *review-review* produk kosmetik dalam platform *Female Daily (FD) Apps* adalah *review* yang terpercaya. Hal tersebut merujuk pada tuturan *jadi review-reviewnya lebih terpercaya*. Bukti dari kata *tepercaya* ada pada tuturan *boleh tuh dmention di komen section di bawah atau jangan lupa untuk direviu di FD Apps*. Penutur meminta mitra tutur yang sudah pernah mencoba produk yang sedang direviu untuk menuliskan *review* sesuai hasil akhir penggunaan di wajah masing-masing dalam aplikasi *FD*.

Simpulan

Bentuk tindak tutur ilokusi pada tuturan *review* produk kosmetik di akun *Youtube Female Daily Network* terdapat semua bentuk tindak tutur ilokusi, yaitu tindak tutur ilokusi asertif, tindak tutur ilokusi direktif, tindak tutur ilokusi ekspresif, tindak tutur ilokusi komisif, dan tindak tutur ilokusi deklaratif. Fungsi tindak tutur ilokusi pada tuturan *review* produk kosmetik di akun *Youtube Female Daily Network* yaitu tindak tutur ilokusi asertif dengan fungsi memberitahukan,

menyatakan, dan berspekulasi, tindak tutur ilokusi direktif dengan fungsi menyarankan dan menyuruh, tindak tutur ilokusi ekspresif dengan fungsi memuji, mengkritik, dan mengeluh, tindak tutur ilokusi komisif dengan fungsi menawarkan, dan tindak tutur ilokusi deklaratif dengan fungsi mengesahkan.

Daftar Pustaka

- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hamidah, Jamiatul dan Sri Normuliati. 2015. "Analisis Tindak Tutur Endorse di Media Sosial Instagram". *Jurnal Seminar Nasional Linguistik*, Vol. 7, hlm 87–98. (Diakses 29 Agustus 2021)
- Nurhabibah, Prabawati. 2020. "Analisis Tindak Tutur Selebgram terhadap Tingkat Kepercayaan Warganet di Instagram". *Prosiding Semantiks*. hlm 58–67. (Diakses 29 Agustus 2021)
- Rustono. 1999. *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: CV IKIP Semarang Press.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Wijana, I. D. P. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Yule, G. 2018. *Pragmatik* (diterjemahkan oleh Indah Fajar Wahyuni). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.