

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial berbasis teknologi *platform web* dan aplikasi *mobile*, telah mengubah komunikasi menjadi ruang dialogis tanpa henti selama tersambung dengan internet. Setiap manusia dapat membuat, menyunting dan mengunggah foto ataupun video sesuai yang diinginkan. Peran media sosial saat ini, sebagai sarana komunikasi yang sulit ditinggalkan, bahkan itu sudah menjadi hal yang harus dimiliki oleh setiap individu. Hal itu karena, komunikasi dalam media sosial dibuat efektif, efisiensi, cepat, bahkan interaktif.

Junus (2019) pernah memaparkan komunikasi dalam media sosial bukan sekedar proses komunikasi biasa, melainkan dapat membentuk sebuah konstruksi identitas bagi para pengguna media sosial tersebut. Menurut Maryani & Arifin (2012), konstruksi identitas seseorang melalui media sosial dapat dilihat dari bagaimana ia menggunakan bahasa verbal maupun non verbalnya saat berkomunikasi.

Sementara Parker (1986), pernah memaparkan bahwa studi terkait penggunaan bahasa saat berkomunikasi itu adalah pragmatik. Ini artinya, sebuah konstruksi identitas seseorang melalui media sosial, dapat ditinjau dengan pisau bedah pragmatik. Fokus kajian dalam pragmatik adalah maksud penutur, dengan pemahaman pada konteks tuturan yang terjadi (Levinson, 1983). Selain maksud penutur, pragmatik juga mempelajari fungsi ujaran (Purwo, 1994). Untuk itu, Purwo (1994) menegaskan bahwa satuan analisis dalam pragmatik itu adalah tindak ujaran atau tindak tutur.

Tindak tutur adalah salah satu topik utama dalam pragmatik (Sagita & Setiawan, 2019). Tindak tutur adalah sebuah tindakan yang diwujudkan melalui tuturan (Austin, 1962). Ada tiga jenis di dalamnya, yaitu lokusi, ilokusi dan perlokusi. Lokusi adalah tindak tutur untuk mengatakan sesuatu, ilokusi adalah tindak tutur untuk melakukan sesuatu dan perlokusi adalah tindak tutur untuk mempengaruhi (Austin, 1962). Dari ketiga tindak tutur itu, tindak ilokusi merupakan tindakan utama atau sumber makna yang ada di dalam ketiganya. Hal itu karena, pada dasarnya seseorang menuturkan sesuatu karena memiliki sebuah keinginan, yang akhirnya dapat mempengaruhi lawan tuturnya. Dengan paparan yang ada di atas ini, dapat dikatakan bahwa konstruksi identitas seseorang melalui media sosial, dapat dilihat dari bagaimana ia melakukan tindak ilokusi untuk berkomunikasi dalam media sosialnya.

Riset terdahulu terkait tindak ilokusi, sudah banyak dilakukan. Akan tetapi, hanya sebatas penelusuran terhadap jenis dan fungsi tindak ilokusi dari sebuah tuturan. Misalnya, riset yang pernah dilakukan Alharbi (2018) dan Rahmasari & Utomo (2021). Alharbi (2018) menelusuri jenis tindak ilokusi yang digunakan oleh masyarakat Arab Saudi saat memberi pemahaman kepada mitra tuturnya, sedangkan Rahmasari & Utomo (2021) menelusuri jenis tindak ilokusi yang dilakukan oleh salah satu tokoh publik Indonesia dalam sebuah *vlog* di *Youtube*. Kedua penelitian itu hanya sebatas menelusuri tuturan untuk diklasifikasi masuk dalam jenis tindak ilokusi apa, serta difungsikan untuk apa.

Adapun riset terdahulu terkait tindak ilokusi dalam ranah pragmatik lintas budaya, seluruhnya juga hanya sebatas menelaah jenis tindak ilokusi yang

dilakukan kemudian dihubungkan dengan nilai budaya yang dimiliki saat merealisasikan beragam jenis tindak ilokusi itu. Seperti yang dilakukan oleh A. R. Putri & Pratama (2019) dan R. A. Putri et al. (2020). A. R. Putri & Pratama (2019) dalam kajiannya, menelusuri tindak ilokusi yang dilakukan oleh masyarakat Amerika dan Asia, serta fungsi dari setiap jenis tindak ilokusi yang dilakukan, kemudian dikaitkan dengan nilai budaya yang diterapkan saat mewujudkan beragam jenis tindak ilokusi tersebut. Hal itu tidak jauh berbeda dengan apa yang dilakukan oleh R. A. Putri et al. (2020), yakni sama-sama melakukan poin-poin yang dilakukan A. R. Putri & Pratama (2019) sebelumnya, masyarakat yang ditelusuri juga sama, yaitu masyarakat Amerika dan Asia, hanya saja berbeda pada R. A. Putri et al. (2020) menelusuri dalam konteks ketika berkomentar sedangkan A. R. Putri & Pratama (2019) pada saat wawancara.

Dari riset-riset terdahulu itu, penelitian yang dilakukan ini mulai berpijak. Penelitian ini akan melengkapi penelitian-penelitian terdahulu dengan membuktikan bahwa tindak ilokusi yang dilakukan, dapat dijadikan sebagai interpretasi untuk konstruksi identitas penutur. Dengan demikian, tindak ilokusi itu nantinya bukan sebatas ekspresi keinginan penutur yang diungkapkan melalui ujaran, bukan juga sebatas untuk memperlihatkan nilai budaya yang dimiliki, melainkan dapat dijadikan sebagai interpretasi untuk konstruksi identitas penutur.

Jadi, dalam riset yang dilakukan ini, selain menelusuri jenis dan fungsi tindak ilokusi, beserta nilai budaya saat mewujudkan tindak ilokusi, juga menginterpretasikan konstruksi identitas penutur, khususnya bagi para pengguna media sosial yang bertutur di dalamnya. Terlebih lagi, penelitian ini mengambil

ranah kajian pragmatik lintas budaya, yang artinya makna dari setiap budaya akan digali dan dilakukan perbandingan.

Riset yang dilakukan ini, menelusuri tindak ilokusi yang dilakukan *vlogger* Arab Saudi dan Indonesia dalam *vlog* Ramadan. *Vlog* ini sengaja dipilih, karena mengingat (1) ada di dalam *Youtube*, di mana *Youtube* itu merupakan salah satu situs web hiburan teratas di dunia (Vhatkar, 2016). (2) *Vlog* sedang mendapat perhatian banyak orang saat ini. Ini artinya, subjek yang diteliti ini sedang panas-panasnya di tengah masyarakat. Terlebih lagi, riset Nugroho & Setyanto (2018) menyimpulkan bahwa penikmat *YouTube* itu didominasi oleh para pecinta *vlog*. Jadi, *vlog* itu adalah salah satu jenis video yang bisa diunggah di *Youtube*, sejenis seperti *blog* namun berbentuk video, yang berisi beragam opini, cerita dan kegiatan harian yang biasanya tertulis juga pada *blog* (Vhatkar, 2016; David et al., 2017). Isi dalam *vlog* itu berkisar pada kegiatan sehari-hari, perjalanan, kecantikan dan sebagainya (Zhang, 2020), termasuk kegiatan pada Ramadan. Ada sebutan spesial para pembuat *vlog* tersebut, yaitu adalah *vlogger* (Nugraha & Setyanto, 2018; Rybaczewska et al., 2020).

Penelitian ini mengambil beberapa *vlog* yang ternama dari Arab Saudi dan Indonesia, untuk diteliti tuturan dari para *vlogger* di dalamnya. Alasannya, dengan asumsi *vlog* yang ternama dari setiap negara itu, besar kemungkinan memiliki penonton tidak hanya dari negaranya saja, melainkan sampai keluar negaranya. Hal ini mengingat, *Youtube* salah satu situs web hiburan teratas di dunia (Vhatkar, 2016), maka para *vlogger/youtuber* yang cukup ternama di negaranya itu, besar kemungkinan memiliki pengikut atau penonton dari penjuru dunia. Misalnya,

sesuai realita yang ada, terjadi pada salah satu *channel Youtube* Indonesia, yaitu “AH”, di mana *channel* tersebut menduduki posisi populer pertama se-Asia, yang berarti audiensi *vlog* dari *channel* itu tidak dari Indonesia saja, melainkan seluruh masyarakat se-Asia. Dengan demikian, tanpa disadari *vlogger* dari *channel* tersebut telah mewakili memperlihatkan bagaimana karakteristik bentuk tuturan penutur Indonesia, nilai budaya saat bertutur dan budaya yang ada di Indonesia, serta konstruksi identitasnya sebagai *vlogger* Indonesia itu seperti apa, di hadapan masyarakat di seluruh penjuru dunia. Artinya, *vlogger* dari *channel* “AH” tersebut, cukup mampu mencitrakan hal-hal tersebut.

Adapun terkait konten Ramadan ini dipilih, akan diuraikan sebagai berikut. Ramadan adalah nama bulan Hijriyah yang ke-9. Ramadan ini kerap disebut sebagai bulan yang suci bagi penganut agama Islam (Subrata & Dewi, 2017). Pada Ramadan ini, ada sebuah kebiasaan dan ritual ibadah dalam tradisi Islam maupun nusantara (Royanulloh & Komari, 2019). Ritual ibadah itu meliputi kegiatan menyambut Ramadan, sahur, puasa, buka puasa, tarawih dan masih banyak lagi (Hidayat, 2018). Terlebih lagi saat ini, banyaknya pemeluk agama Islam yang tersebar di dunia, ritual satu kali dalam setahun ini telah mengglobal, namun dari setiap negara memiliki cara pandang masing-masing (Nur, 1996). Seperti yang terjadi di Arab Saudi, budaya masyarakat di sana memandang Ramadan itu sebagai penegas solidaritas seluruh umat Islam maupun nasional (Yamani, 1987). Begitu juga di Indonesia, Nur (1996) dalam pembahasannya menemukan bahwa masyarakat Indonesia memandang Ramadan ini sebagai bulan yang harmonis, interaksi yang dilakukan antar anggota keluarga, keluarga besar dan masyarakat

umum menjadi saling dekat selama Ramadan. Ini artinya, Ramadan tidak sekedar persoalan agama, melainkan juga ada persoalan suatu budaya di sana. Dengan kata lain, Ramadan ini bisa diinterpretasikan berbeda dari setiap budaya.

Selanjutnya, negara Arab Saudi dan Indonesia ini sengaja dipilih, karena mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut. Pertama, Islam dikenal pertama kali di wilayah Semenanjung Arab, tepat di Makkah, salah satu kota yang berada di negara Arab Saudi (Arnason et al., 2006). Artinya, negara Arab Saudi merupakan negara tempat agama Islam itu lahir. Kedua, negara Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia (Amdar et al., 2016). Dengan latar belakang yang dimiliki itu, kedua negara ini juga sama-sama negara berbasis religius, yang menjunjung tinggi nilai-nilai ketuhanan (Zulkarnain, 2017; Abdullah, 2019), mereka juga ikut andil dalam memperingati bulan Ramadan, bahkan sama-sama menganggap bahwa Ramadan itu adalah suatu hal yang spesial, bulan paling istimewa di antara lainnya, yang sangat dinantikan selama setahun (Yamani, 1987; Nur, 1996).

Lantas, bagaimana para *vlogger* dari kedua negara tersebut melisankan seputar Ramadan, dalam video konten kreatifnya, itu yang dicari dalam penelitian ini. Maksud dari melisankan itu adalah bagaimana mereka menggunakan tindak ilokusinya untuk mengekspresikan keinginannya, bagaimana mereka menggunakan tindak ilokusi untuk mencerminkan nilai budaya yang ada di negaranya, serta bagaimana mereka menggunakan tindak ilokusi untuk mengkonstruksikan identitasnya. Mengingat Ramadan saat ini tidak lagi hanya sekedar persoalan agama, melainkan sudah persoalan budaya karena banyaknya pemeluk agama Islam

yang tersebar luas di penjuru dunia (Nur, 1996), maka riset ini juga akan membandingkan budaya Ramadan Arab Saudi dan Indonesia dalam *vlog* Ramadannya tersebut. Begitu juga riset ini merupakan riset dalam ranah pragmatik lintas budaya, maka makna budayanya juga digali. Pertanyaan-pertanyaan itu, telah dirumuskan sebagai berikut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah jenis dan fungsi tindak ilokusi *vlogger* Arab Saudi dan Indonesia dalam *vlog* Ramadan?
2. Bagaimanakah nilai-nilai budaya para *vlogger* Arab Saudi dan Indonesia serta budaya Ramadan dalam *vlog* mereka?
3. Bagaimana para *vlogger* Arab Saudi dan Indonesia mengkonstruksi identitasnya melalui tindak ilokusi yang dilakukan dalam *vlog* mereka?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menjawab masalah yang telah dirumuskan di atas, yaitu:

1. mengevaluasi jenis dan fungsi tindak ilokusi *vlogger* Arab Saudi dan Indonesia dalam *vlog* Ramadan
2. mengkritik nilai-nilai budaya para *vlogger* Arab Saudi dan Indonesia serta budaya Ramadan dalam *vlog* mereka
3. menilai para *vlogger* Arab Saudi dan Indonesia mengkonstruksi identitasnya melalui tindak ilokusi yang dilakukan dalam *vlog* mereka

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

- a. Memberikan dan memperkaya wawasan yang lebih baik tentang penelitian pragmatik lintas budaya, terutama pada tindak ilokusi.
 - b. Memberikan sumbangan teoritis bahwa tindak ilokusi dapat dijadikan pisau bedah konstruksi identitas dalam media sosial, yang dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beragam manfaat seperti di bawah ini.
- a. Masyarakat dapat mengetahui pola tuturan, nilai budaya serta budaya Ramadan yang tertanam di negara Arab Saudi dan Indonesia.
 - b. Masyarakat dapat mengetahui makna budaya Arab Saudi dan Indonesia dari tindak ilokusi yang dilakukan.
 - c. Masyarakat dapat mengetahui interpretasi konstruksi identitas *vlogger* Arab Saudi dan Indonesia itu seperti apa.
 - d. Masyarakat memperoleh pengetahuan lebih lanjut terkait kegiatan Ramadan yang *ter-update* di Arab Saudi dan Indonesia.