

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa berfungsi sebagai alat dalam berkomunikasi. Proses komunikasi meliputi tiga komponen, yaitu informasi, alat yang digunakan, dan pihak yang berkomunikasi. Pihak yang berkomunikasi terdiri atas penutur dan mitra tutur. Dalam berkomunikasi, seorang penutur memiliki maksud tertentu untuk ditafsirkan oleh mitra tutur. Kajian yang membahas maksud yang ingin disampaikan oleh penutur adalah pragmatik.

Yule (2014:5) berpendapat bahwa tujuan dalam mempelajari pragmatik adalah agar seseorang dapat bertutur kata sesuai dengan makna yang dimaksud dalam tuturan, asumsi mereka, maksud dan tujuan mereka, dan tindakan apa saja yang diperlihatkan saat sedang bertutur. Dengan kata lain, pragmatik mempelajari tentang konteks apa yang menyertai sebuah tuturan. Salah satu teori yang dibahas dalam pragmatik adalah deiksis.

Deiksis adalah sebuah kata yang referennya berganti-ganti karena bergantung pada siapa yang menjadi penutur, bagaimana situasi yang menyertai tuturan, dan di mana lokasi dituturkannya kata itu. Dalam semantik, deiksis merupakan kata yang bermakna referensial karena memiliki referen atau acuan. Referen tersebut bersifat tidak tetap karena bergantung pada konteks yang menyertainya. Kata yang bermakna referensial dan referennya berpindah-pindah disebut kata yang deiktis.

(1) **Saya** juga *very old*. (SB30-DS, 09:10)

(2) Bisnis pertama **saya** waktu itu ketika **saya** masih kuliah. (SB30-DS, 02:10)

Data (1) dituturkan oleh Chandra kepada penonton Youtube. *Saya* pada contoh (1) merujuk pada Chandra sebagai penutur. Data (2) dituturkan oleh Denny. Pada data (2), *saya* mengacu pada Denny sebagai penutur. Oleh karena itu, *saya* merupakan deiksis karena referennya berganti-ganti atau tidak tetap.

Deiksis dibagi menjadi tiga jenis, yaitu deiksis persona, deiksis ruang, dan deiksis waktu. Deiksis persona mengacu pada penutur atau siapa yang sedang

berbicara. Contoh deiksis persona adalah *saya, kamu, mereka*, dan sebagainya. Deiksis ruang merujuk pada jarak dari si penutur. Contoh deiksis ruang adalah *ini, itu, sana*, dan sebagainya. Deiksis waktu merujuk pada kapan tuturan itu dituturkan. Contoh deiksis waktu adalah *nanti, sekarang, besok*, dan sebagainya.

Deiksis persona, deiksis ruang, dan deiksis waktu memiliki hubungan yang saling berkaitan. Menurut Purwo (1984:21), deiksis persona merupakan deiksis asli, sedangkan deiksis ruang dan waktu merupakan deiksis jabaran. Deiksis persona memiliki kadar kedektisan yang paling tinggi karena semua leksem persona merupakan leksem deiktis, sedangkan leksem ruang dan waktu belum tentu tergolong leksem deiktis.

Deiksis dapat dikaji melalui beberapa cabang ilmu. Semantik menganalisis makna linguistik yang terkandung dalam deiksis, yaitu makna referensial. Misalnya, dalam suatu kalimat, makna referensial dari kata *saya* adalah Chandra. Deiksis dapat berupa kelas-kelas kata dan memiliki fungsi dalam kalimat. Hal ini dikaji melalui sintaksis. Dalam suatu tuturan, penggunaan deiksis dipengaruhi oleh konteks-konteks yang menyertainya sehingga dapat dikaji melalui pragmatik.

Penelitian ini menganalisis deiksis persona dalam kanal Youtube *Success Before 30* edisi *Level Up* melalui kajian semantik dan pragmatik. Kajian semantik digunakan untuk menentukan makna referensial yang diacu oleh deiksis, sedangkan kajian pragmatik digunakan untuk menentukan konteks yang menyertai suatu tuturan. Pada data ragam lisan berupa video Youtube, konteks sangat diperlukan dalam menganalisis makna referensial yang diacu oleh deiksis. Konteks tersebut dapat berupa siapa penutur, siapa mitra tutur, bagaimana situasi pembicaraan, dan gerak-gerik dari si penutur.

(3) **Anda** lihat apa yang tadi beliau sampaikan, yaitu beliau melihat ada satu *opportunity*. (SB30-SW, 9:14)

(4) Terus lanjut. Apa yang **Anda** temukan? (SB30-SW, 9:48)

Data (3) dan (4) dituturkan oleh Chandra saat mewawancarai Steven. Pada data (3), penutur menghadap ke kamera sehingga kata *Anda* merujuk pada penonton Youtube. Pada data (4), penutur menghadap ke arah narasumber sehingga kata *Anda* merujuk pada Steven. Tanpa memperhatikan posisi tubuh atau

gerak-gerik penutur saat berbicara, dapat terjadi ketidaktepatan dalam menentukan referen dari deiksis persona.

Pemilihan Youtube sebagai sumber data disebabkan karena penelitian-penelitian sebelumnya tentang penggunaan deiksis lebih banyak bersumber dari film atau buku sehingga penelitian deiksis pada Youtube diharapkan dapat memperkaya referensi untuk peneliti selanjutnya. Youtube merupakan sebuah media yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Jenis video yang diunggah ke Youtube sangat beragam, seperti cerita perjalanan, tutorial, testimoni, edukasi, wawancara (*podcast*), dan lain-lain. Video bergenre *podcast* biasanya menampilkan perbincangan antara narasumber dan pemilik kanal tentang topik tertentu. Komunikasi secara lisan tersebut menghasilkan tuturan yang dapat diteliti kebahasaannya. Salah satu aspek kebahasaan yang bisa dianalisis melalui Youtube adalah deiksis yang digunakan oleh para penutur.

Relasi antara orang-orang yang hadir dalam suatu *podcast* dapat dikaitkan dengan deiksis yang dipilih. Penggunaan kata *aku* dan *saya* dapat mengungkapkan tentang jarak psikologis antara penutur dan mitra tutur. *Aku* biasanya digunakan di antara dua orang atau lebih yang sudah saling mengenal dan akrab, sedangkan *saya* biasanya digunakan karena penutur dan mitra tutur belum terlalu akrab atau terikat pada situasi yang formal. Perbedaan penggunaan *kamu*, *Anda*, dan *engkau* juga dapat menunjukkan bagaimana relasi antara penutur dan mitra tutur, seperti bagaimana perbedaan usia, jenis kelamin, kedudukan/jabatan, kekerabatan, dan sebagainya.

Success Before 30 didirikan oleh Chandra Putra Negara dengan misi *Go 1% Entrepreneur*. Kanal ini diikuti oleh 3,9 juta orang yang menandakan bahwa kanal ini cukup menarik minat dan perhatian dari masyarakat luas. Chandra Putra Negara sering membagikan tips, nasihat, dan motivasi tentang kewirausahaan. Salah satu edisi yang cukup rutin diunggah dalam kanal ini adalah edisi *Level Up*. Edisi *Level Up* sering juga disebut “Bongkar Kisah Sukses” atau *podcast* karena berisi video percakapan dengan seseorang atau beberapa narasumber untuk menceritakan tentang pencapaian tertentu yang dimiliki oleh narasumber. Narasumber tersebut diundang karena dianggap bisa menginspirasi penonton.

Selain mengunggah video melalui kanal Youtube, Chandra Putra Negara juga menulis sebuah buku dengan judul yang sama. Berdasarkan studi pendahuluan, data ragam tulisan yang dibuat oleh Chandra Putra Negara mengandung penggunaan deiksis yang cukup homogen sehingga fokus penelitian hanya berupa data ragam lisan dari kanal Youtube *Success Before 30*.

Deiksis persona yang terdapat dalam video Youtube bergenre *podcast* perlu dianalisis menggunakan kajian semantik dan pragmatik. Relasi yang terjalin antara orang-orang yang hadir dalam *podcast* juga dapat dikaitkan dengan pemilihan deiksis yang digunakan. Kanal Youtube *Success Before 30* menyajikan video secara rutin sehingga menghasilkan banyak data deiksis yang dapat dijadikan penelitian. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Deiksis Persona dalam Kanal Youtube *Success Before 30* Edisi *Level Up*: Kajian Semantik dan Pragmatik”.

1.2 Identifikasi Masalah

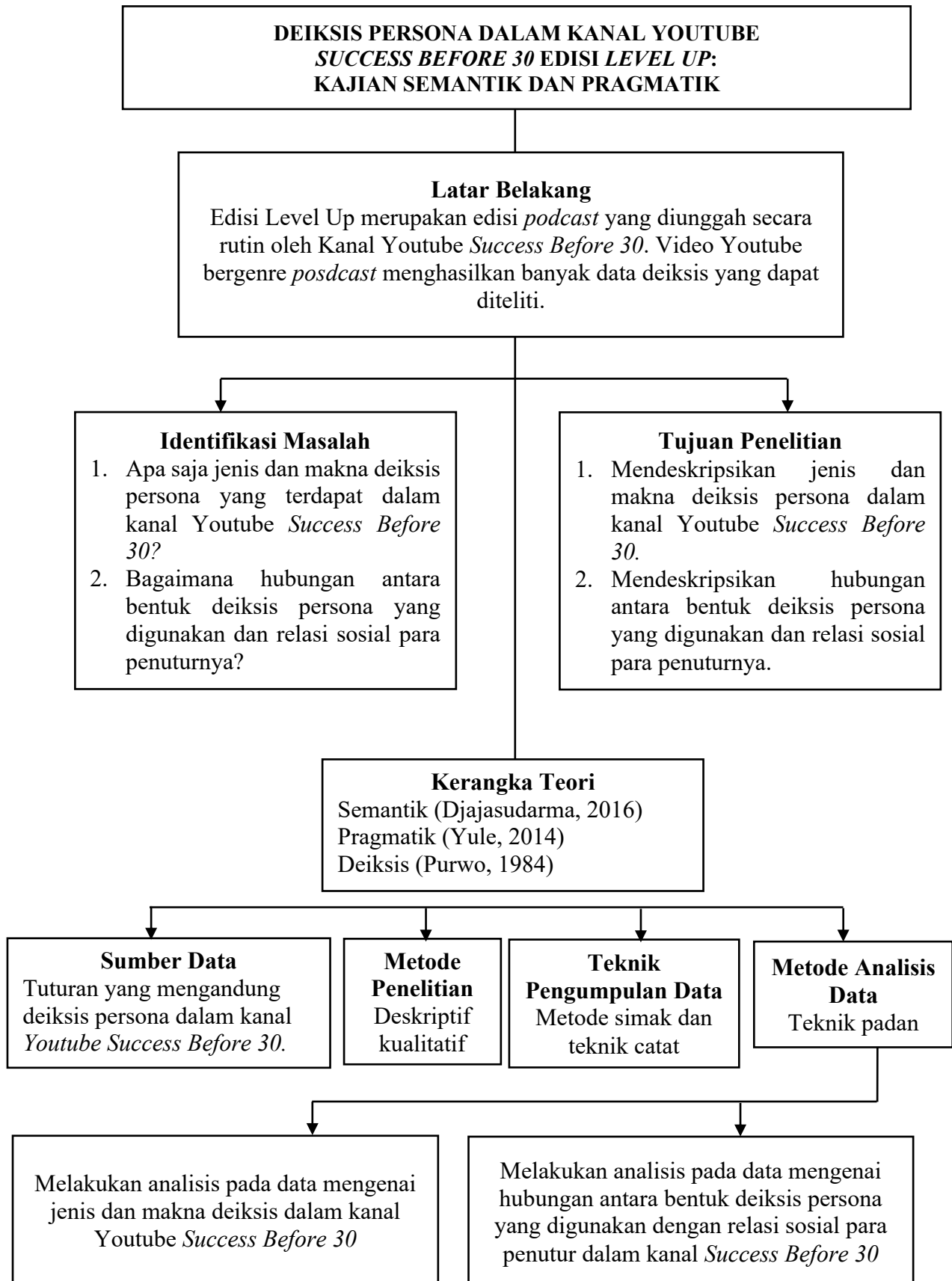
1. Apa saja jenis dan makna deiksis persona yang terdapat dalam kanal Youtube *Success Before 30*?
2. Bagaimana hubungan antara deiksis persona yang digunakan dan relasi sosial para penuturnya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan jenis dan makna deiksis persona dalam kanal Youtube *Success Before 30*;
2. Mendeskripsikan hubungan antara deiksis persona yang digunakan dan relasi sosial para penuturnya.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kajian semantik Djadjasudarma (2016) untuk menganalisis makna linguistik yang terdapat dalam deiksis. Selain itu, digunakan kajian pragmatik Yule (2014) untuk menganalisis konteks yang memengaruhi penggunaan deiksis persona. Pandangan Purwo (1984) digunakan untuk menentukan jenis deiksis persona. Data diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis deiksis persona beserta maknanya. Selanjutnya, data diklasifikasikan berdasarkan relasi sosial antara penutur dan mitra tutur.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran