

Ragam Tindak Tutur Ilokusi dalam Video *Review Beauty Product* pada Akun TikTok @tasyafarasya

Ni Made Gita Hening Melati¹, I Putu Mas Dewantara², dan I Nengah Suandi³

¹²³ Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia

Penulis Korespondensi:

Ni Made Gita Hening Melati

gita.hening@student.undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan subjek berupa video *review* yang diunggah pada periode Juni–Agustus 2025. Data penelitian berupa tuturan yang mengandung tindak tutur ilokusi, dikumpulkan melalui metode simak dan teknik catat, serta dianalisis menggunakan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan 5 jenis tindak tutur ilokusi, yang terdiri dari 26 jenis asertif, 47 jenis direktif, 24 jenis ekspresif, 11 jenis komisif, dan 3 jenis deklaratif. Fungsi tindak tutur ilokusi yang diperoleh 4 fungsi tuturan ilokusi yang terdiri dari 13 fungsi kompetitif, 20 fungsi konvival, 21 fungsi kolaboratif, dan 2 fungsi bertentangan.

Kata Kunci: *fungsi dan jenis tindak tutur ilokusi, pragmatik, tindak tutur ilokusi*

Pendahuluan

Media sosial kini menjadi sebuah ruang digital baru yang sangat diminati semua kalangan. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan media sosial saat ini memberikan banyak kemudahan pada penggunaannya. Kustiawan (2022:18) media sosial adalah tempat dan alat yang memungkinkan semua orang untuk terhubung dan berbagi dengan orang lain dengan bantuan internet. Perkembangan media sosial kini sangat pesat, terbukti dengan kehadiran berbagai macam media sosial yang populer di Indonesia, seperti *Facebook, Instagram, TikTok, You-Tube, Twitter, Line* dan masih banyak lagi.

TikTok menjadi salah satu jejaring sosial yang paling banyak diminati di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengguna TikTok dari berbagai lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak, anak muda, orang dewasa, hingga orang tua. Efani & Budiman (2020:29) TikTok bermula pada aplikasi yang dibuat untuk mengeksplorasi kreativitas para pengguna dengan menggunakan video yang menarik dan menghibur serta dapat membuat para pembuat kontennya menjadi semakin kreatif.

Tren kecantikan menjadi salah satu yang menarik dan banyak diperbincangkan saat ini. Berbicara tentang kecantikan tentu akan sangat identik dengan kaum perempuan, karena tampil cantik bagi mereka kini sudah seperti kebutuhan primer. Tren kecantikan yang semakin inklusif ini juga didorong oleh media sosial. Media sosial seperti TikTok menjadi *platform* utama bagi pria dan wanita untuk berbagi informasi terkait kecantikan. Mulai dari *tips* perawatan diri, *skincare routine*, hingga berbagai transformasi gaya. *Beauty creator* pun semakin banyak bermunculan, menunjukkan bahwa merawat diri bukan lagi sesuatu yang tabu.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti terhadap beberapa *beauty creator* yang berkecimpung dalam membuat video *review* utamanya *review beauty product*, masih

banyak ditemukan *beauty creator* yang kualitas videonya kurang dalam *mereview* sebuah produk. Kekurangan yang paling sering ditemukan adalah beberapa *beauty creator* yang membuat video *review* hanya melihatkan produk atau barang yang *direview* saja tanpa memberikan narasi atau tuturan langsung di dalamnya. Gunawan (2022:56) *review* produk adalah salah satu faktor penentu yang memengaruhi keputusan pembelian *online*. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti lebih lanjut terhadap beberapa *beauty creator* yang membuat video *review beauty product*. Peneliti menemukan salah satu *beauty creator* yang selalu menggunakan tuturan yang mengandung tindak tutur di dalam video *reviewnya*. *Beauty creator* tersebut ialah Tasya Farasya dengan jumlah 4,1 juta pengikut pada akun TikToksnya @tasyafarasya.

Tindak tutur dalam interaksi media sosial merupakan salah satu kajian bahasa yang menarik untuk diteliti. Menurut Yule (dalam Putrayasa, 2014: 24), tindak tutur merupakan tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan. Sejalan dengan pendapat Yule, Austin (2011:44) juga mengatakan tindak tutur adalah bentuk tuturan atau ujaran yang disampaikan penutur untuk memengaruhi mitra tutur.

Tindak tutur merupakan kajian yang masuk ke dalam ilmu pragmatik. Pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang mempelajari hubungan antara bahasa dengan konteksnya Yule (2018:78) mendefinisikan pragmatik sebagai studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur dan ditafsirkan oleh pembaca.

Metode

Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif kualitatif. Moleong (2010:6) menyatakan metode deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh yang menghasilkan data deksriptif berupa kata- kata atau lisan. Pada penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan secara kualitatif mengenai jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya.

Subjek dalam penelitian ini adalah video-video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya pada bulan Juni–Agustus 2025. Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang tempat variabel melekat dan menjadi hal yang dipermasalahkan dalam penelitian Wendra (2019:62). Suandi (2008) juga mengatakan di dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai kedudukan yang sangat sentral karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel yang diteliti berada dan diamati oleh peneliti.

Pengumpulan data menggunakan metode simak dan dilanjutkan dengan teknik cakap. Mahsun (2013:92) metode simak memiliki teknik dasar yang berwujud teknik sadap. Teknik sadap disebut sebagai teknik dasar dalam metode simak karena pada hakikatnya penyimakan diwujudkan dengan peyadapan. Metode ini dilakukan dengan menyimak dan memahami tuturan secara teliti, kemudian menggunakan teknik catat untuk mencatat kata/kalimat yang ada dalam video *review beauty product* yang disimak. Sudaryanto (dalam Faruk 2012) mengungkapkan teknik catat merupakan tindak lanjut dari teknik simak. Teknik catat digunakan untuk mencatat hal-hal yang dianggap sesuai dan mendukung dalam memecahkan rumusan masalah. Setelah menyimak tuturan ilokusi dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya, peneliti selanjutnya mencatat tuturan ilokusi sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, yaitu bagaimana jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya.

Instrumen penelitian berupa kartu data tuturan ilokusi yang terdapat dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya. Sugiyono (2019:156) Instrumen

penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman. Data yang diperoleh dengan teknik catat, kemudian akan dianalisis menggunakan teori tindak tutur ilokusi oleh Searle dan Leech. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020:133) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Hasil

Jenis Tindak Tutur Ilokusi dalam Video Review Beauty Product pada Akun TikTok @tasyafarasya

No.	Jenis Tindak Tutur Ilokusi	Jenis masing-masing Tindak Tutur Ilokusi	Jumlah Jenis Tuturan
1.	Asertif	Memberitahu	21
		Menegaskan	3
		Menyimpulkan	2
	Jumlah	3	26 (23%)
2.	Direktif	Mengajak	11
		Menasehati	6
		Memerintah	6
		Menyarankan	18
		Meminta	6
	Jumlah	5	47 (42%)
3.	Ekspresif	Senang	5
		Sedih	3
		Kaget	4
		Meminta maaf	1
		Berterima kasih	4
		Bersyukur	2
		Memuji	5
	Jumlah	7	24 (22%)
4.	Komisif	Berjanji	5
		Menjamin	6
	Jumlah	2	11 (10%)
5.	Deklaratif	Menetapkan	1
		Memberi nama	2
	Jumlah	2	3 (3%)
Total		19 Jenis Tuturan	111 (100%)

Berdasarkan Tabel 1, mengenai jenis tindak tutur ilokusi dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya di atas ditemukan 19 jenis tuturan ilokusi yang terdiri dari 26 tindak tutur ilokusi asertif, 47 tindak tutur ilokusi direktif, 24 tindak tutur ilokusi ekspresif, 11 tindak tutur ilokusi komisif, dan 3 tindak tutur ilokusi deklaratif. Secara keseluruhan ditemukan 111 tuturan dari jumlah itu, tuturan tertinggi terdapat pada jenis tindak tutur direktif sebanyak (47 tuturan dengan presentase 42%)

sedangkan tuturan jumlah paling rendah ditemukan pada jenis tindak tutur deklaratif sebanyak sekian 3 tuturan dengan presentase 3% presen).

Fungsi Tindak Tutur Ilokusi dalam Video Review Beauty Product pada Akun TikTok @tasyafarasya

No.	Fungsi Tindak Tutur Ilokusi	Jenis Fungsi Tuturan	Jumlah Fungsi
1.	Kompetitif	Memerintah	5
		Meminta	6
		mengkritik	2
		3	13 (24%)
2.	Konvival	Meminta maaf	1
		Memuji	4
		Mengajak	11
		Mengucapkan terima kasih	4
	Jumlah	4	20 (36%)
3.	Kolaboratif	Menginformasikan	21
	Jumlah	1	21 (38%)
4.	Bertentangan	Memarahi	2
	Jumlah	2	2 (2%)
	Total	10 Fungsi Tindak Tutur	56 (100%)

Berdasarkan Tabel 2, mengenai fungsi tindak tutur ilokusi dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya di atas peneliti menemukan 10 fungsi tuturan ilokusi yang terdiri dari 3 fungsi tutur ilokusi kompetitif, 4 fungsi tutur ilokusi konvival, 1 fungsi tutur ilokusi kolaboratif, dan 1 fungsi tutur ilokusi bertentangan. Secara keseluruhan ditemukan 10 fungsi tuturan dari jumlah itu, tuturan tertinggi terdapat pada fungsi tuturan kolaboratif sebanyak 21 tuturan dengan presentase 38%, sedangkan tuturan jumlah paling rendah ditemukan pada fungsi tuturan bertentangan sebanyak 2 tuturan dengan presentase 2% presen.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya, diperoleh hasil bahwa dalam video-video *review* tersebut terdapat tuturan yang mengandung jenis tindak tutur ilokusi yang menjadi fokus penelitian. Setiap tuturan yang dianalisis memiliki daya ilokusi serta konteks situasi yang perlu dipahami melalui kajian pragmatik, khususnya tindak tutur ilokusi. Hal ini menunjukkan bahwa tuturan dalam konten *review* kecantikan tidak dapat dipahami secara harfiah semata, melainkan harus ditafsirkan berdasarkan konteks penggunaan bahasa dan tujuan penutur.

Jenis Tindak Tutur Ilokusi dalam Video Review Beauty Product pada Akun TikTok @tasyafarasya

Temuan menunjukkan bahwa terdapat lima jenis tindak tutur ilokusi, yaitu tindak tutur asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Temuan ini sejalan dengan pendapat Searle (dalam Rahadi 2010:36) yang mengklasifikasikan tindak tutur ilokusi berdasarkan daya tuturnya ke dalam lima jenis tindak tutur ilokusi, yaitu asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif.

Jenis tindak tutur ilokusi yang paling dominan ditemukan adalah tindak tutur ilokusi direktif dengan jumlah 47 data dan presentase 42%. Dominasi tindak tutur ini menunjukkan bahwa tuturan dalam video *review beauty product* lebih banyak digunakan untuk mengarahkan dan memengaruhi penonton agar melakukan tindakan tertentu, seperti mencoba atau membeli produk yang *direview*.

Jenis tindak tutur yang paling sedikit ditemukan dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya adalah tindak tutur jenis deklaratif. Tindak tutur ini menjadi jenis tindak tutur yang paling rendah kemunculannya dengan data 3 tuturan dan presentase 3%. Rendahnya kemunculan tindak tutur ini dapat disebabkan bahwa dalam jenis komunikasi yang bersifat promosi dan persuasi memang tidak memberikan ruang yang signifikan bagi penggunaan tindak tutur deklaratif.

Fungsi Tindak Tutur Ilokusi dalam Video Review Beauty Product pada Akun TikTok @tasyafarasya

Untuk fungsi, ditemukan empat fungsi tindak tutur ilokusi, yaitu fungsi kompetitif, konvival, kolaboratif, dan bertentangan. Klasifikasi fungsi ini sejalan dengan pendapat Leech (2011) yang membedakan fungsi tindak tutur berdasarkan hubungan antara tujuan ilokusi dan tujuan sosial dalam komunikasi.

Fungsi kolaboratif menjadi fungsi yang paling dominan muncul dalam penelitian ini. Dengan total 21 tuturan dan presentase 38% dari keseluruhan data. dominannya fungsi kolaboratif menunjukkan bahwa tuturan dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya lebih banyak berorientasi pada penyampaian informasi penutur terhadap produk yang *direview*.

Fungsi kolaboratif yang ditemukan dalam video *review* pada akun TikTok @tasyafarasya berupa tindakan menginformasikan, menjelaskan, atau mengumumkan hal-hal yang berkaitan dengan produk yang sedang *direview*, seperti kandungan, manfaat, tekstur, cara penggunaan, efek hingga hasil pemakaian.

Berbeda dengan kolaboratif, fungsi tindak tutur ilokusi bertentangan muncul hanya 2 data atau sebesar 2% dan menjadi fungsi terendah yang muncul. Fungsi ini mencakup tuturan memarahi. Tuturan memarahi menunjukkan adanya ekspresi ketidaksenangan atau penegasan sikap penutur terhadap suatu produk maupun kepada mitra tutur.

Kemunculan fungsi bertentangan dalam jumlah paling rendah menunjukkan bahwa penutur sesekali menampilkan ketegasan untuk menegaskan, namun tidak menjadikannya sebagai strategi utama dalam berkomunikasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Yule yang menyatakan bahwa fungsi bertentangan umumnya muncul pada situasi tertentu yang menuntut penegasan sikap atau ekspresi emosi yang kuat.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat lima jenis tindak tutur ilokusi dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya. Kelima jenis tindak tutur ilokusi tersebut meliputi tindak tutur asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Dari hasil analisis diperoleh 26 jenis tindak tutur ilokusi asertif, 47 jenis tindak tutur ilokusi direktif, 24 jenis tindak tutur ilokusi ekspresif, 11 jenis tindak tutur ilokusi komisif, dan 3 jenis tindak tutur ilokusi deklaratif.

Penelitian ini juga menemukan empat fungsi tindak tutur ilokusi dalam video *review beauty product* pada akun TikTok @tasyafarasya. Keempat fungsi tindak tutur ilokusi tersebut meliputi fungsi kompetitif, konvival, kolaboratif, dan bertentangan. Dari hasil analisis diperoleh 13 fungsi tindak tutur ilokusi kompetitif, 20 fungsi tindak tutur

ilokusi konvival, 21 fungsi tindak tutur ilokusi kolaboratif, dan 2 fungsi tindak tutur ilokusi bertentangan.

Secara praktis, temuan ini dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan sebagai bahan ajar dalam pembelajaran pragmatik, khususnya mengenai tindak tutur ilokusi. Penelitian ini juga dapat dijadikan bahan ajar dalam pembelajaran keterampilan berbicara. Secara teoretis, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan menambah pengetahuan dalam kajian ilmu pragmatik khususnya mengenai jenis serta fungsi tindak tutur ilokusi.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek kajian, baik pada *platform* media sosial lain maupun pada subjek yang berbeda. Penelitian lanjutan juga dapat mengaitkan tindak tutur ilokusi dengan aspek lain.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini. Apresiasi yang sebesar-besarnya disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan akademik secara konsisten sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Universitas Pendidikan Ganesha yang telah menyediakan dukungan fasilitas akademik selama proses penelitian berlangsung.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoretis dan menambah pengetahuan dalam kajian ilmu pragmatik khususnya mengenai jenis serta fungsi tindak tutur ilokusi serta memberikan manfaat praktis bagi dunia pendidikan sebagai bahan ajar dalam pembelajaran.

Daftar Pustaka

- Gunawan, Didik. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Kustiawan, Winda et al. (2022). "Media Sosial Sebagai Media Penyiaran." 3(2): 1– 7. <https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/view/4931/2104>.
- Leech, Geoffrey. (2011). *Prinsip-Prinsip Pragmatik* (diterjemahkan oleh Oka). Jakarta : Universitas Indonesia
- Mahsun. (2013). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, Strategi, Metode, dan. Tekniknya*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Putrayasa, Ida Bagus. 2014. *Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rahardi, R. Kunjana. 2010. *Pragmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Suandi, I. N. (2008) *Pengantar Metodologi Penelitian*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Tehnik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Wendra, I. W. 2019. *Buku Ajar Penulisan Karya Ilmiah (Penulisan Proposal Penelitian, Skripsi, dan Artikel)*. Singaraja. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Yule, George. 2018. *Pragmatik*. Yogyakarta