



---

## Komunikasi Imperatif Pada Bahasa *Endorsment* Selebgram Tasya Octav

**Cholidatul Khamidah**

cholidatulkhamidah30@gmail.com

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Universitas PGRI Wiranegara

Received: 10 07 2021. Revised: 23 07 2021. Accepted: 02 08 2021.

**Abstract :** The problem in this study is what kind of imperative communication is in the language used by the Tasya Octav celebgram. The purpose of this research journal is to describe the types of imperative sentences and imperative communication tendencies used in Tasya Octav's celebgram language. This study used descriptive qualitative method. This research is a library research. The data of this research is the speech spoken by the celebrity Tasya Octav on the uploaded endorsement video. The data source of this research refers to the transcript of the endorsement video speech on the insta story of the Instagram account of Tasya Octav's Instagram account. The data collection in this research is listening and transcripts. Based on the results of the discussion, it can be concluded that in the endorsement language, Tasya Octav more often uses the imperative sentence of giving permission

**Keywords:** Imperative sentence, Communication, Endorsement

**Abstrak :** Masalah yang ada dalam penelitian ini adalah seperti apa komunikasi imperatif pada bahasa yang digunakan oleh selebgram Tasya Octav. Tujuan disusunnya jurnal penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan jenis-jenis kalimat imperatif dan juga kecenderungan komunikasi imperatif yang dipakai dalam bahasa selebgram Tasya Octav. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan. Data penelitian ini merupakan tuturan yang diucapkan oleh selebgram Tasya Octav pada video endorsement yang diunggah. Sumber data penelitian ini merujuk pada transkrip tuturan video endorsement pada insta story akun instagram selebgram Tasya Octav. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu simak dan transkrip. Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pada bahasa endorsement Tasya Octav lebih sering menggunakan kalimat imperatif pemberian izin

**Kata Kunci:** Kalimat imperatif, Komunikasi, *Endorsment*

### PENDAHULUAN

Komunikasi melibatkan dua pihak yaitu penutur dan mitra tutur, kedua pihak tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan dalam menyampaikan pesan, ide, atau gagasan, selain itu pada proses komunikasi pasti menggunakan bahasa. Menurut (Chaer, 2014 : 32) bahasa sebagai sistem lambang bunyi yang bersifat arbitrer digunakan oleh suatu kelompok sosial

untuk bekerja sama, komunikasi dan identifikasi diri. Bahasa mencakup dua bidang yaitu bunyi vokal dan arti (makna). Bahasa sebagai bunyi vokal yang dihasilkan oleh alat ucap manusia berupa bunyi untuk merangsang alat pendengar (Hendri, 2019 : 224). Faktor-faktor penentu dalam berkomunikasi antara lain penutur, mitra tutur, situasi, tujuan pembicaraan, konteks, jalur, media dan peristiwa. Pada proses komunikasi terdapat kata-kata yang saling berkaitan untuk membentuk suatu pengertian supaya orang-orang dapat memahaminya (Keraf, 2010 : 21).

Di era globalisasi saat ini, muncul berbagai teknologi canggih yang membawa banyak manfaat bagi masyarakat seperti aplikasi-aplikasi media sosial yakni *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan *twitter*. Media sosial menghasilkan berbagai profesi baru yakni menjadi selebgram (selebriti *instagram*), *youtuber* (pembuat konten *youtube*) serta penjual *online* di aplikasi *facebook*, *instagram* dan *tiktok*. Perkembangan teknologi tersebut sejalan dengan meningkatnya kreatifitas dalam bidang bisnis dan pemasaran. Banyak perusahaan atau UMKM yang beralih dari pemasaran konvensional menjadi pemasaran *online* seperti halnya promosi.

Pemasaran yang sedang populer saat ini yaitu menggunakan jasa *Endorsment Instagram*. *Instagram* salah satu aplikasi media sosial untuk membagikan foto atau video. *Instagram* memungkinkan pengguna untuk melakukan banyak hal seperti promosi dengan bantuan *hashtag* supaya mudah dilihat oleh masyarakat secara umum. Pada aplikasi *instagram* ada yang namanya *followers* (pengikut) dan juga *following* (mengikuti). Pada sistem *endorsment* ini, jumlah pengikut sangat berperan penting untuk mensukseskan promosi. Pemilik *followers* dengan jumlah fantastis tidak hanya dari kalangan artis tapi juga dari siapa saja yang berpotensi untuk menjadi selebgram. *Endorsment* sebagai bentuk kerja sama yang menguntungkan dua belah pihak yaitu antara *client* dengan selebgram.

Peneliti mengangkat judul “Komunikasi Imperatif Pada Bahasa Selebgram Tasya Octav” karena masih belum banyak penelitian yang menganalisis terkait bahasa pada *Endorsment Selebgram*. Selain itu, peneliti tertarik dengan bahasa selebgram Tasya Octav yang sering menggunakan kalimat imperatif seperti ajakan dan juga pemberian izin kepada *viewer* untuk mencoba langsung produk yang dipromosikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini lebih fokus terhadap komunikasi imperatif yang digunakan oleh Selebgram Tasya Octav pada unggahan *Endorsment*. Objek penelitian fokus terhadap bahasa yang digunakan oleh selebgram Tasya Octav. Peneliti memilih selebgram Tasya Octav sebagai objek penelitian karena Tasya Octav merupakan selebgram yang sangat

populer dikalangan generasi millennial khususnya di daerah Surabaya. Tasya Octav sendiri merupakan wanita kelahiran tahun 2000 yang menjadi seorang Mama Muda sekaligus selebgram dengan jumlah *followers* 94,2 ribu.

Kalimat imperatif memiliki maksud memerintah atau meminta agar mitra tutur melakukan sesuatu sebagaimana yang diinginkan oleh penutur. Tuturan yang berisi permintaan merupakan realisasi dari kalimat, terutama kalimat dengan penandanya yang berupa intonasi. Kalimat permintaan termasuk dalam jenis kalimat imperatif (perintah). Pada bahasa indonesia kalimat imperatif berkisar antara bentuk suruhan yang keras atau kasar sampai dengan permohonan secara halus atau santun. Kalimat imperatif juga bisa bermaksud untuk melarang tidak hanya untuk memberi perintah. Kalimat imperatif dapat diklasifikasikan menjadi lima macam, yakni 1) kalimat imperatif biasa, 2) kalimat imperatif permintaan, 3) kalimat imperatif pemberian izin, 4) kalimat imperatif ajakan, 5) kalimat imperatif suruhan (Rahardi, 2005 : 79).

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara membuat deskriptif yang sistematis mengenai data yang diteliti. Pendekatan deskriptif ini dipilih karena penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan deskriptif yang objektif terkait Komunikasi Imperatif Pada Bahasa Selebgram Tasya Octav. Objek penelitian fokus terhadap bahasa yang digunakan oleh selebgram Tasya Octav. Sumber data penelitian ini adalah tuturan yang diucapkan oleh selebgram Tasya Octav pada unggahan video *instastory endorsment* di akun *instagram* miliknya.

Analisis dalam penelitian kualitatif dimulai dengan menyiapkan dan mengorganisasikan data seperti data teks transkrip atau data gambar (foto) yang selanjutnya mereduksi data tersebut menjadi tema melalui proses pengkodean serta peringkasan kode. Selanjutnya yang terakhir yaitu menyajikan data dalam bentuk bagan, tabel atau pembahasan (Creswell, 2013: 251). Ada berbagai model analisis salah satunya yaitu spiral analisis data. Creswell (2013: 250) menjelaskan bahwa analisis spiral sebagai konseptualisasi untuk mengeksplorasi prosedur analisis data yang spesifik serta berguna untuk mengkonseptualisasikan gambaran yang lebih besar tentang semua langkah dalam proses analisis data. Analisis Spiral diawali dengan manajemen data. Pada tahap ini peneliti mengorganisir data dalam bentuk file beserta mengonversi file tersebut menjadi kesatuan teks

yang sesuai (kata, kalimat atau narasi) untuk dianalisis. Tahap kedua yaitu membaca dan membuat memo. Pada tahap ini peneliti melakukan proses analisis dengan memaknai data tersebut secara keseluruhan. Menulis catatan atau memo dibagian tepi transkrip membantu dalam proses eksplorasi data. Memo ini berupa frasa pendek, ide atau konsep penting yang dipikirkan oleh peneliti.

Tahap ketiga yaitu mendefinisikan, mengklasifikasikan dan menafsirkan data. Pada tahap ini peneliti membaca dan membuat memo dalam spiral tersebut menuju tahap untuk mendeskripsikan, mengklasifikasikan dan menafsirkan data. Dalam tahap ini pembentukan kode merupakan hal penting dalam analisis data kualitatif. Peneliti membuat deskripsi secara *detail*, mengembangkan tema dan memberikan penafsiran menurut sudut pandang peneliti dari perspektif yang ada dalam teori. Deskripsi secara *detail* menjadi titik awal dalam dalam penelitian kualitatif (setelah membaca dan mengelolah data) dan deskripsi ini memainkan peran sentral dalam studi etnografis dan studi kasus. Proses pengkodean (*coding*) dimulai dengan mengelompokkan data menjadi kategori informasi yang lebih kecil yang kemudian diberi kode.

Tahap keempat yaitu menafsirkan data. Pada tahap ini dimulai dengan pengembangan kode, pembentukan tema dari kode dan pengorganisasian tema. Ada berbagai bentuk penafsiran seperti penafsiran berdasarkan prasangka, pandangan dan intuisi. Penafsiran mungkin juga dilakukan pada gagasan, ide ilmu pengetahuan sosial atau kombinasi dari pandangan personal dari keduanya (Creswell, 2013 : 261). Selanjutnya yaitu menyajikan dan memvisualkan data. Tahap ini merupakan proses akhir dari analisis spiral, peneliti menyajikan data dengan mengemas apa saja yang ditemukan dalam bentuk teks, tabel, bagan atau gambar.

Tabel 1. Contoh Data Penelitian

No	Fokus	Sub Fokus	Kode	Data	Interpretasi
1.	Komunikasi Imperatif	A. Kalimat Imperatif Biasa	A.01	“Jadi aku selalu stok buat di rumah, mobil, tas juga ada dan yang pengen cari masker kalian cek aja instagramnya di @boxarunikaa”.	Data tersebut mendeskripsikan bahwa selebgram Tasya Octav memberi perintah viewer untuk mengunjungi profil instagram online shop dengan tujuan agar viewer melihat lebih detail produk dan tertarik untuk membeli.

2.	Komunikasi Imperatif	B. Kalimat Imperatif Permintaan	B.01	<i>“Jadi ini dia collagen drink yang setiap hari aku minum, tuh ya sampai tinggal segitu kalian bisa lihat sendiri”.</i>	Data tersebut mendeskripsikan bahwa selebgram Tasya Octav meminta viewer untuk melihat produk yang ia konsumsi sudah sisa sedikit. Pada kalimat ini selebgram Tasya Octav bertujuan untuk meyakinkan viewer bahwa dirinya juga mengkonsumsi produk tersebut.
3.	Komunikasi Imperatif	C. Kalimat Imperatif Pemberian izin	C.01	<i>“Kalian bisa kirimin cookies dan brownies ini sebagai hampers loh, dan kalian bisa tambahkan hiasan serbuk emas food deh, serta kartu ucapan dan lain-lain”.</i>	Data tersebut mendeskripsikan bahwa selebgram Tasya Octav memperkenankan viewer untuk menjadikan produk tersebut sebagai hampers serta bisa ditambahkan hiasan lain supaya terlihat lebih menarik.
4.	Komunikasi Imperatif	D. Kalimat Imperatif Ajakan	D.01	<i>“Nah aku punya rekomendasi parfum yang awetnya seharian kamu bisa pakai parfum ini dari queen parfume karena ini benar-bener awet banget terbukti ketahanannya dan harganya super terjangkau jadi gak bakalan nguras kantong kamu”.</i>	Data tersebut mendeskripsikan bahwa selebgram Tasya Octav mengajak viewer untuk menggunakan parfume yang ia pakai yaitu dari @queenparfume. Selebgram Tasya Octav memaparkan keunggulan parfum supaya menarik minat viewer untuk mencoba parfum yang ia pakai.
5.	Komunikasi Imperatif	E. Kalimat Imperatif Suruhan	E.01	<i>“Nah makanya itu kamu harus pilih parfum yang benar-bener awetnya tahan lama seharian. Kalau kamu pakai parfum yang benar-bener awetnya tahan</i>	Data tersebut mendeskripsikan bahwa selebgram Tasya Octav menyuruh viewer untuk memilih parfum yang benar-bener bisa awet seharian.

---

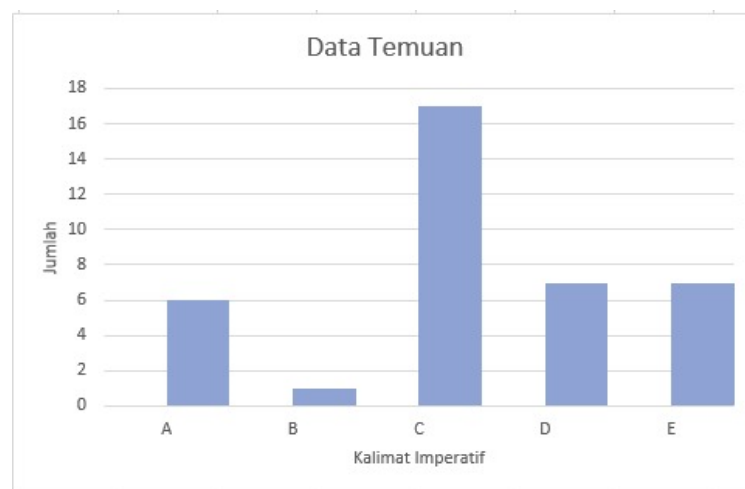
*seharian, kamu  
bakalan diinget tuh  
sama seseorang”.*

---

Ada 5 jenis kalimat imperatif yang dianalisis pada penelitian ini diantaranya, 1) kalimat imperatif biasa, 2) kalimat imperatif permintaan, 3) kalimat imperatif pemberian izin, 4) kalimat imperatif ajakan dan 5) kalimat imperatif suruhan. Berdasarkan jenis kalimat imperatif tersebut dari 41 data yang terdapat kalimat imperatif sebanyak 38 data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini diketahui jumlah data 41, setelah dianalisis ditemukan data yang terdapat kalimat imperatif sebanyak 38 data sebagai berikut 1) kalimat imperatif biasa ada 6 data, 2) kalimat imperatif permintaan ada 1 data, 3) kalimat imperatif pemberian izin ada 17 data, 4) kalimat imperatif ajakan ada 7 data dan 5) kalimat imperatif suruhan ada 7 data. Selain data temuan ada juga data yang tidak terdapat kalimat imperatif didalamnya yaitu sebanyak 11 data, pada satu data bisa juga terdapat lebih dari satu kalimat imperatif. Berikut adalah Grafik hasil analisis data penelitian.



Gambar 1. Grafik Hasil Analisis

## SIMPULAN

Simpulan Dalam penelitian ini ditemukan data sejumlah 38 data yang terdiri dari 6 data kalimat imperatif biasa, 1 data kalimat imperatif permintaan, 17 data kalimat imperatif pemberian izin, 7 data kalimat imperatif ajakan dan 7 data kalimat imperatif suruhan. Jadi kesimpulannya bahasa yang digunakan oleh selebgram Tasya Octav cenderung bersifat memberi izin atau memperkenankan viewer untuk melakukan sesuatu yang secara tidak

langsung mengarah kepada tujuan Endorsment. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya wujud kalimat imperatif pemberian izin yang memiliki data paling banyak yaitu 17 data temuan.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

Chaer, A. (2014). *Linguistik Umum* (I). Rineka Cipta.

Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset* (S. Zuhri (ed.); III). Pustaka Pelajar.

Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif* (A. Holid (ed.); I). PT. Remaja Rosdakarya.

Keraf, G. (2010). *Gaya dan Diksi Bahasa* (XX). PT. Gramedia.

Rahardi, K. (2005). *Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia* (I. S. dan Y. Sumiharti (ed.); I). Erlangga.