

## Wacana Direktif dalam Video Iklan pada *Channel YouTube* Agung Hapsah

Dhiyo Ghani Darwisy<sup>1\*</sup>, Rusdhianti Wuryaningrum<sup>2</sup>, Ahmad Syukron<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember, Jl. Kalimantan 37, Jember 68121, Indonesia, 08887000707

[dhiyo.darwisy@gmail.com](mailto:dhiyo.darwisy@gmail.com)<sup>1</sup>

Tahapan Artikel	Diterima: 20 Februari 2023	Direvisi: 30 Maret 2023	Tersedia Daring: 1 April 2023
<b>ABSTRAK</b>			
<p>Penelitian ini mendeskripsikan tentang wacana direktif dalam video iklan pada <i>Channel YouTube</i> Agung Hapsah. Agung Hapsah merupakan seorang <i>content creator</i> yang menayangkan video tutorial, film pendek, video keseharian, dan video iklan. Video iklan yang ditayangkan, terdapat produk iklan seperti barang elektronik, aplikasi, minuman. Video iklan yang disampaikan terdapat wacana direktif. Wacana direktif merupakan rangkaian ujaran atau kalimat yang disampaikan penutur atau penulis untuk mengarahkan pendengar atau pembaca agar melakukan sesuatu. Wacana direktif dapat dipahami dengan cara mengetahui konteks dan fungsi wacana direktif yang disampaikan Agung Hapsah untuk menentukan kesejatan suatu wacana berkategori direktif. Agar ditemukan konteks, jenis, dan fungsi wacana direktif secara menyeluruh dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis wacana dengan teori Tripp. Adapun hasil dari penelitian ini berkenaan dengan deskripsi mengenai jenis wacana direktif, konteks wacana direktif, dan fungsi wacana direktif yang disampaikan Agung Hapsah dalam mengiklankan produk. Wacana direktif tersebut dipengaruhi konteks untuk memudahkan dalam menyampaikan iklan yang didalamnya berisi konten.</p>			
<b>Kata Kunci</b>	Wacana Direktif, Konteks, Iklan		
<b>ABSTRACT</b>			
<p>This study describes directive discourse in advertising videos on the Agung Hapsah YouTube Channel. Agung Hapsah is a content creator who shows video tutorials, short films, daily videos, and advertising videos. Video advertisements that are displayed, there are advertising products such as electronic goods, applications, drinks. The video advertisement that is delivered contains directive discourse. Directive discourse is a series of utterances or sentences conveyed by speakers or writers to direct listeners or readers to do something. Directive discourse can be understood by knowing the context and function of directive discourse conveyed by Agung Hapsah to determine the authenticity of a discourse categorized as directive. In order to find the context, type, and function of directive discourse as a whole in this study, a descriptive qualitative research method was used. This study was analyzed using discourse analysis techniques with Tripp's theory. The results of this research relate to the description of the types of directive discourse, the context of directive discourse, and the function of directive discourse conveyed by Agung Hapsah in advertising products. The directive discourse is influenced by context to make it easier to convey advertisements that contain content.</p>			
<b>Keywords</b>	Directive Discourse, Context, Advertising		

## PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat penyampai pesan berupa informasi atau berita, fakta, pendapat, perasaan, pikiran, serta tindakan kepada pendengar atau pembaca. Bahasa juga dapat digunakan sebagai media promosi. Satuan bahasa terbesar yang digunakan dalam menyampaikan pesan adalah wacana.

Wacana merupakan satuan bahasa yang tertinggi berupa rangkaian kalimat dan ujaran yang mengungkapkan suatu hal terkait dengan konteks yang disajikan secara sistematis. Menurut Krisdalaksana (2008:259), wacana adalah satuan bahasa terlengkap, dalam hierarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi dan terbesar dalam bentuk karangan yang utuh, paragraf, kalimat, atau kata yang membawa amanat yang lengkap. Sedangkan wacana direktif adalah wacana yang disampaikan oleh penulis atau pembaca dengan memberi arahan kepada pembaca atau mitra tutur agar terpengaruh untuk melakukan tindakan. Menurut Leech (1977:48), wacana direktif adalah wacana yang mengarah pada tindakan atau reaksi dari mitra tutur atau pembaca, seperti wacana khotbah. Hal itu sesuai dengan pendapat Vestergaard dan Schroder (1985:16) yang menyatakan bahwa wacana direktif adalah wacana fungsi wacana yang bersumber dari fungsi bahasa untuk membuat pendengar melakukan sesuatu seperti memberi keterangan, mengundang, memerintah, memesan, mengingatkan, dan mengancam.

Wacana direktif disampaikan melalui wacana tulis dan wacana lisan. salah satu wacana lisan adalah iklan. Iklan merupakan pesan berbentuk promosi kelebihan dan keunikan dari suatu barang, jasa, ata ide dari produk yang disampaikan di media dengan tujuan untuk mengajak masyarakat untuk tertarik membelinya. Menurut Wright (1978:6), iklan adalah segala bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor yang teridentifikasi. Iklan dapat dimuat di berbagai mediabaik elektronik maupun cetak. Salah satu media elektronik yaitu media sosial. Pengusaha atau penjual menggunakan media sosial sebagai media iklan karena bisa diakses melalui internet dan efisien. Media sosial yang sering digunakan untuk membuat iklan adalah *YouTube*.

*YouTube* merupakan salah satu media sosial yang berisi unggahan video yang bisa ditonton olehorang dari penjuru dunia dengan menggunakan gawai atau komputer yang memiliki akses internet. Alasanpengusaha beralih ke *YouTube* sebagai media iklan karena banyak pengguna dan bisa diakses tanpa batasa waktu dan tempat. Figur yang menayangkan video iklan adalah *content creator*. *Content creator* adalahorang yang membuat konten kreatif dalam bentuk video maupun tulisan di media digital. Iklan yang disampaikan oleh *content creator* menggunakan *soft selling* yaitu menyisipkan produk iklan dan memberi sedikit keunggulan pada saat menyampaikan konten atau informasi mengenai suatu hal. Informasi yang disampaikan dihubungkan dengan produk yang diiklankan. Jadi video iklan tersebut terdapat wacana direktif karena memiliki tujuan untuk mempengaruhi penonton untuk melakukan tindakan sesuai yang diarahkan oleh *content creator*.

Salah satu *content creator* yang menyampaikan iklan dengan wacana direktif adalah Agung Hapsah. Agung Hapsah mendirikan *Channel* sejak 31 Januari 2011. Videonya sangat beragam mulai dari cara merekam dan mengedit video, membuat film pendek, video keseharian, sampai video iklan. Alasan peneliti memilih *channel YouTube* Agung Hapsah karena belum pernah ditemukan penelitian yang mengkaji wacana direktif video iklan pada *channel YouTube* Agung Hapsah. Selanjutnya, jumlah penonton pada video iklan sesuai dengan jumlah *subscriber*. Maka pengiklan mempertimbangkan dalam mempromosikan produknya kepada Agung Hapsah. Alasan berikutnya cara penyampaian Agung Hapsah dalam mengiklankan produk berbeda dengan *Youtuber lainnya*, yaitu memberi jeda khusus pada video konten untuk menyampaikan iklan. Alasan terakhir adalah cara penyampaian Agung Hapsah dalam mengiklankan produk sangat unik yaitu terdapat alur cerita.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui konteks, jenis, dan fungsi wacana direktif pada video iklan di *channel YouTube* Agung Hapsah melalui konteks. Konteks wacana yang disampaikan akan memandu penutur untuk menentukan jenis wacana yang disampaikan. fungsi wacana direktif akan menentukan kesejatian wacana berkategori direktif pada video iklan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dapat mengenali dan merasakan yang dialami subjek untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dari subjek yang diamati. Hal itu sesuai dengan pendapat Mantra (2008:30) tentang penelitian kualitatif. Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini mendeskripsikan jenis, konteks, dan fungsi wacana direktif secara sistematis, faktual dan akurat.

Sumber data penelitian ini adalah II video iklan yang ada pada *channel YouTube* Agung Hapsah.

Berikut sumber data yang dipilih dalam penelitian ini.

No	Judul Video	Tayang	Jumlah Penonton
1.	WFH	11 Agustus 2020	4.468.392 penonton
2.	Agung Hapsah <i>Behind The Scene</i>	16 Maret 2018	2.700.915 penonton
3.	<i>Room Tour</i>	29 Desember 2019	2.959.550 penonton
4.	Gak Bisa Bahasa Inggris	26 Juni 2022	1.185.987 penonton

5.	Video Ini Ditonton 2.174.830 kali	3 Agustus 2022	2.228.150 penonton
6.	Ini Video 100% Iklan	9 April 2019	3.954.319 penonton
7.	<i>Vloggers</i> Pemula	20 Agustus 2019	2.584.903 penonton
8.	Kenapa Jarang <i>Upload</i> ?	29 November 2022	977.319 penonton
9.	Robot Lebih Pintar daripada Manusia	6 Februari 2019	3.336.508 penonton
10.	Indonesia Ketinggalan 128 Tahun	27 Juli 2018	3.209.867 penonton
11.	<i>Fintech</i>	20 Februari 2020	2.100.348 penonton

Sementara itu, data penelitian ini adalah Data penelitian ini adalah wacana yang bersifat direktif pada video iklan *channel YouTube* Agung Hapsah yang di dalamnya terdapat jenis, konteks, dan fungsi wacana direktif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi.

Teknik analisis data menggunakan teknik analisis wacana. Analisis wacana merupakan suatu cara atau metode untuk mengkaji wacana yang terdapat dalam komunikasi. Menurut Tripp (dalam Basrowi dan Suwandi, 2008:192), terdapat tiga langkah penting dalam menganalisis data, yaitu: (1) mengidentifikasi apa yang ada dalam data, (2) melihat pola-pola, dan (3) interpretasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Jenis-jenis Wacana Direktif dalam Video Iklan pada *channel YouTube* Agung Hapsah

Wacana direktif adalah wacana yang disampaikan oleh penulis atau pembaca untuk memberi arahan dengan tujuan agar memberikan reaksi kepada pembaca atau mitra tutur dalam sesuatu hal. Wacana direktif terdapat tujuh jenis, yaitu wacana direktif instruksi, wacana direktif permintaan, wacana direktif ajakan, wacana direktif tantangan, wacana direktif bujukan, wacana direktif nasehat, wacana direktif larangan. Berikut ini disajikan data jenis wacana direktif yang terdapat pada video iklan di *channel YouTube* Agung Hapsah sebagai berikut.

#### *Wacana Direktif Instruksi*

Wacana direktif instruksi adalah wacana direktif yang di dalamnya berisi perintah atau instruksi agar orang lain melakukan suatu tindakan. Wacana direktif instruksi ditandai dengan bersifat perintah, kata kerja aktif, cara penyampaian secara sederhana dan lugas, dan terdapat imbuhan perintah yaitu imbuhan -lah dan -kan. Jenis wacana direktif instruksi yaitu:

“Solusi pertama, manual. *Refresh video, copy viewers, paste viewers, tekan save*. Solusi kedua, makro. Makro membolehkan kita untuk merekam gerakan mouse dan input keyboard. Terus kita bisa play dan komputer akan melakukan persis sesuai yang kita rekam. *Mulai rekam macro, refresh video, copy viewers, paste viewers, tekan save, stop rekam makro, terakhir replay macro.*”

Wacana tersebut menyampaikan instruksi yang diberikan Agung Hapsah ada dua yaitu manual dan makro. Cara manual ditunjukkan pada kalimat “*Refresh video, copy viewers, paste viewers, tekan save.*” Kalimat tersebut memberikan instruksi dalam *menghack YouTube* dengan cara biasa yaitu *mengcopy* jumlah penonton yang ada di tampilan *YouTube*. Setelah *copy, paste* jumlah penonton di judul video *YouTube*. Terakhir tekan simpan dibagian kanan atas.

#### *Wacana Direktif Tantangan*

Wacana direktif tantangan adalah wacana direktif yang di dalamnya berisi tantangan kepada oranglain untuk melakukan sesuatu agar mendapatkan penghargaan. Wacana direktif tantangan ditandai dengan ditandai dengan memberi motivasi, mengujarkan suatu hal untuk memancing emosi mitra tutur, dan terdapat imbuhan -lah dan -kan yang terdapat persyaratan. Jenis wacana direktif tantangan yaitu:

*“Hari ini kita akan membuat lagu untuk Mizone. The problem is kita nggak bisa nyanyi jadi kita akan menggunakan autotune untuk merubah suara kita biar pitch kita persis pada yang seharusnya. Dude aku sedikit paham tentang beat ya tapi bagaimana kalau kita langsung **memasukkan** juga ada unsur-unsur gitu..”*

Wacana tersebut menyampaikan tantangan untuk dirinya sendiri untuk membuat musik video dengan tujuan untuk memotivasi diri sendiri untuk menyelesaikan tantangan yang diberikan Mizone. Pada kata *“memasukkan”* terdapat imbuhan -kan yang memiliki makna meletakkan sesuatu kedalam sebuah benda atau ruangan. Kalimat tersebut Agung Hapsah menyampaikan permintaan untuk menaruh sampel suara dari botol mizone kedalam beat lagu yang telah dibuatnya.

#### ***Wacana Direktif Nasihat***

Wacana direktif nasihat adalah wacana direktif yang di dalamnya berisi nasihat kepada orang lain dalam melakukan suatu tindakan yang memiliki fungsi untuk memperbaiki suatu hal atau tindakan. Wacana direktif nasihat ditandai dengan kalimat petunjuk atau arahan, menjadikan alasan untuk mengarahkan melakukan sesuatu, dan terdapat kata saran. Jenis wacana direktif nasihat yaitu:

*“The third problem is you. Orang biasanya takut mulai ngevlog karena mereka merasa mereka akan mendapat hater. Video-video mereka akan buruk dan aku yakin kenyataannya memang seperti itu. Justru aneh banget kalau vlog pertamamu bagus. Sadarlah bahwa video-video pertamamu pasti akan jelek. **Tetapi ingat jika kamu terus-menerus melakukannya, mau tidak mau kamu akan menjadi lebih baik.**”*

Wacana tersebut menyampaikan pelajaran mengenai cara membuat vlog yang bagus dan hal-hal yang tidak perlu dilakukan. Wacana tersebut ditunjukkan pada kalimat ke-28 *“Tetapi ingat jika kamu terus-menerus melakukannya, mau tidak mau kamu akan menjadi lebih baik.”* Pada tuturan tersebut pelajaran yang bisa diambil adalah jika berusaha semaksimal mungkin dan selalu memperbaiki, maka video yang dibuat akan menjadi lebih baik atau lebih bagus.

#### ***Wacana Direktif Larangan***

Wacana direktif larangan adalah wacana direktif yang di dalamnya berisi larangan agar orang lain tidak melakukan tindakan seperti yang diperintahkan oleh penutur. Wacana direktif larangan ditandai dengan kata larangan, disertai alasan dalam menyampaikan larangan, dan diakhiri tanda seru (!). Jenis wacana direktif larangan yaitu:

*“Social media itu fake, termasuk aku juga. **Jangan percaya apa yang kamu lihat di social media! Ada tuyul di mana-mana. Kalian gak kelihatan aja, diedit semuanya.** Semua orang tidak butuh tahu keseharianku seperti apa. tidak semua hal private harus dipublikasi. tidak semua hal harus di-share, enggak ada salahnya fokus pada diri sendiri. Jangan lupa untuk prioritaskan kesehatan mentalmu daripada status. I’m Agung Hapsah and until next.”*

Wacana tersebut terdapat kata *“Jangan”* yaitu merupakan kata perintah larangan yang disampaikan Agung Hapsah yaitu untuk tidak mempercayai semua hal ada di media sosial. Larangan Agung Hapsah untuk tidak mempercayai media sosial terdapat alasan. Alasan yang disampaikan pada video iklan tersebut ditunjukkan pada kalimat ke-28 dan ke-29 *“Ada tuyul di mana-mana. Kalian gak kelihatan aja, diedit semuanya.”* Pada tuturan tersebut menyampaikan alasan dari lanjutan kalimat ke-31 yaitu jangan mempercayai semua hal yang ada di media sosial. Alasan yang disampaikan adalah tidak semua yang ada di media sosial itu nyata. Foto sebelumnya terdapat orang-orang. Pada saat ingin mengunggah foto ke media sosial, diedit terlebih dahulu sesuai yang diinginkan. Terakhir foto tersebut diunggah di media sosial.

### Konteks Wacana Direktif dalam Video Iklan pada *Channel YouTube Agung Hapsah*

Unsur wacana terdapat unsur internal dan unsur eksternal. Unsur eksternal wacana adalah sesuatu bagian wacana tetapi berada diluar wacana. Salah satu unsur eksternal pada wacana adalah konteks. Konteks wacana adalah sebuah informasi yang terdapat pada wacana mengenai kondisi yang berkaitan dengan terjadinya peristiwa. Konteks wacana diteliti dengan tujuan untuk memahami jenis dan fungsi wacana direktif dengan baik. Konteks-konteks tersebut adalah konteks linguistik, epistemis, fisik, dan sosial. Berikut ini disajikan data konteks wacana direktif yang terdapat pada video iklan di *channel YouTube Agung Hapsah* sebagai berikut.

#### *Konteks Linguistik*

Konteks linguistik adalah konteks yang didalamnya terdapat unsur kebahasaan. Unsur kebahasaan meliputi fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik. Wacana yang mengandung konteks linguistik yaitu: *"Hai seperti yang kalian semua sudah tahu sekarang lagi pandemi. Banyak orang terpaksa harus wfh (work from home). Sebagai orang yang memang sehari-hari dari dulu WFH aku mau kasih beberapa tips kepada kalian yang baru terjun ke dunia ini."*

Konteks linguistik pada wacana direktif yang disampaikan Agung Hapsah adalah menyampaikan cara untuk bisa bertahan hidup di masa pandemi bagi videografer dan editor. Konteks linguistik pada paragraf tersebut adalah menggunakan paragraf deduktif. Paragraf deduktif adalah paragraf yang kalimat utamanya berada di awal kalimat. Kalimat utama pada paragraf tersebut ditunjukkan pada kalimat ke-1 *"Hai seperti yang kalian semua sudah tahu sekarang lagi pandemi."* Pada tuturan tersebut terdapat kata *"pandemi"* terdapat unsur morfologi yaitu morfem bebas. Kata *"pandemi"* merupakan morfem bebas karena bisa berdiri sendiri dan tidak perlu mengalami proses morfemis, seperti afiksasi, reduplikasi, atau komposisi. Kata *"pandemi"* memiliki makna yaitu suatu wabah yang terjangkit dimana-mana dan menyebar ke seluruh dunia. Kata *"pandemi"* yang dimaksud oleh Agung Hapsah adalah pandemi *Covid-*

*19*. Kalimat penjelas pada paragraf tersebut ditunjukkan pada kalimat ke-2 dan ke-3. Kalimat ke-2 dan ke-3 menjelaskan cara untuk bisa bertahan hidup di masa pandemi *Covid-19* yang ditujukan kepada seorang editor dan videografer.

#### *Konteks Epistemis*

Konteks epistemis adalah konteks yang menyampaikan latar belakang pengetahuan yang sama-sama diketahui oleh partisipan. Konteks epistemis digunakan untuk memahami informasi mengenai latar belakang seorang penutur dalam mengiklankan produk. Wacana yang mengandung konteks epistemis yaitu:

*"Proses ku membuat video mulai dari naskah. Setelah itu aku akan setup semua kamera, meja, dan apapun yang dibutuhkan untuk merekam videonya. Sebelum mulai syuting aku harus warming up. Setelah itu, mulai rekam. Sebelum syut, kita pasti tes kameranya, kita tes color gradingnya, kita tes mic."*

Konteks epistemis pada wacana direktif yang disampaikan Agung Hapsah adalah penjelasan proses dalam membuat video. Penyampaian mengenai proses dalam membuat video ditunjukkan pada kalimat ke-7 *"Proses ku membuat video mulai dari naskah."* Pada tuturan tersebut proses yang dilakukan pertama kali adalah menulis naskah. Tujuan menulis naskah adalah agar memudahkan dalam menyampaikan sesuatu pada saat merekam video. Selanjutnya, penjelasan proses selanjutnya dalam membuat video. Penyampaian persiapan yang akan dilakukan ditunjukkan pada kalimat ke-8 *"Setelah itu aku akan setup semua kamera, meja, dan apapun yang dibutuhkan untuk merekam videonya."* Pada tuturan tersebut proses yang dilakukan setelah dia menulis naskah adalah mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan dalam merekam video *YouTube*. Setelah peralatan sudah disiapkan, kemudian mengatur dan menyusun semua peralatan sesuai kebutuhan rekaman. Proses yang terakhir dalam membuat video adalah mulai merekam video. Penyampaian video siap untuk direkam ditunjukkan pada kalimat ke-10 *"Setelah itu, mulai rekam."*

Pada tuturan tersebut proses terakhir yang dilakukan adalah merekam video dan menyampaikan sesuatu sesuai naskah yang dibuat dan ditulis.

### ***Konteks Fisik***

Konteks fisik adalah konteks yang didalamnya terdapat pemakaian bahasa, tempat terjadinya peristiwa, objek yang dibicarakan, dan tindakan para partisipan dalam komunikasi. Konteks fisik digunakan untuk mengetahui bentuk bahasa dan tempat yang digunakan untuk memahami topik dan tindakan yang dilakukan pada wacana iklan. Wacana yang mengandung konteks fisik yaitu:

*"This is the server/storage room. On my right is storage rack, disini aku organize dan simpan semua barang. Card react tools, findtery colour, paper work, tas, everything is here. Server ini adalah inti dari my loco home network. Kesimpulan aku shoot di sini in the living room. Footagenya dicopy to the server room. Dari server, dia connects to my computer and laptop. Setelah diedit the archive in the server. Itulah my room tour. Hope you guys enjoy it. I'm Agung Hapsah and until next time. Stay classy."*

Konteks fisik pada wacana direktif yang disampaikan adalah menunjukkan ruang server. Ruang server digunakan untuk panel internet sekaligus menjadi ruang penyimpanan atau gudang. Penyampaian Agung Hapsah menunjukkan ruang server ditunjukkan pada kalimat ke-18 *"On my right is storage rack, disini aku organize dan simpan semua barang."* Pada tuturan tersebut menjelaskan bahwa di dalamnya terdapat rak penyimpanan. Rak penyimpanan digunakan untuk meletakkan dan menyimpan barang sesuai kebutuhan dan fungsi. Pada paragraf tersebut menyampaikan kegunaan ruang server atau penyimpanan. Penyampaian fungsi ruang server atau penyimpanan ditunjukkan pada kalimat ke-23 *"Setelah diedit the archive in the server."* Pada tuturan tersebut menjelaskan bahwa ruang server digunakan untuk pengarsipan video yang sudah diedit. Tujuan pengarsipan adalah memudahkan untuk menyimpan dan mencari file video yang diedit. Pengarsipan file video yang diedit dilakukan sebagai cadangan file jika terjadi kesalahan atau filenya hilang. Dengan adanya server, bisa memudahkan dalam mengedit video.

### ***Konteks Sosial***

Konteks sosial adalah konteks mengenai relasi sosiokultural yang melengkapi hubungan antarpelaku atau partisipan dalam wacana. Konteks sosial terdiri dari gender, kekuasaan, etnis, dan latar intuisi. Wacana yang mengandung konteks sosial, yaitu:

*"Selamat datang di Bengkulu, suatu desa di Bali, yang menarik mayoritas di desa ini bisa bahasa isyarat. Akibat dari gen resesif yang sudah tujuh tahun membuat tingkat ketulian di Bengkulu jauh lebih tinggi. Maka mereka beradaptasi dengan membuat bahasa isyarat mereka sendiri, namanya Kata Kolok. Topik video hari ini adalah bahasa. Perkenalkan Christoph Waltz. Dalam film Inglorious Bastard, dia berbicara dalam empat bahasa, English, Germany, France, Italian."*

Konteks sosial pada wacana direktif yang disampaikan adalah keunikan masyarakat di desa Bengkulu, Bali dalam berkomunikasi antar warga di desa tersebut. Penyampaian cara berkomunikasi yang dilakukan oleh warga desa Bengkulu dalam kehidupan sehari-hari ditunjukkan pada kalimat ke-1 *"Selamat datang di Bengkulu, suatu desa di Bali, yang menarik mayoritas di desa ini bisa bahasa isyarat."* Pada tuturan tersebut menyampaikan bahwa bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat desa Bengkulu menggunakan bahasa isyarat. Pada paragraf tersebut masyarakat desa Bengkulu mempunyai bahasa isyarat tersendiri bahkan sudah menjadi bahasa daerah khas desa Bengkulu. Penyampaian penggunaan bahasa isyarat oleh masyarakat desa Bengkulu ditunjukkan pada kalimat ke-3 *"Maka mereka beradaptasi dengan membuat bahasa isyarat mereka sendiri, namanya Kata Kolok."* Pada tuturan tersebut bahasa isyarat khusus bagi masyarakat desa Bengkulu. Nama bahasa isyarat yang dimiliki desa Bengkulu adalah Kata Kolok. Kata Kolok memiliki arti yaitu tuna rungu berbicara. Kata Kolok merupakan bahasa isyarat khusus yang digunakan oleh masyarakat desa Bengkulu dikarenakan desa tersebut memiliki tingkat tuna rungu yang tinggi dalam beberapa generasi.

### Fungsi Wacana Direktif dalam Video Iklan pada *Channel YouTube Agung Hapsah*

Wacana direktif memiliki fungsi wacana dalam komunikasi video iklan. Fungsi Wacana meliputi fungsi komunikasi, fungsi pendidikan, dan fungsi ekonomi. Berikut ini disajikan data fungsi wacana direktif yang terdapat pada video iklan di *channel YouTube Agung Hapsah* sebagai berikut.

#### *Fungsi Komunikasi*

Fungsi komunikasi adalah fungsi wacana untuk menyampaikan informasi mengenai suatu hal. Informasi yang disampaikan pada wacana iklan mengenai produk iklan, fitur terbaru, fungsi, dan cara penggunaan dalam kehidupan. Fungsi komunikasi ditandai bersifat logis, bersifat memberitahukan, dan kata yang disampaikan singkat. Fungsi komunikasi wacana direktif yaitu:

“Ada beberapa orang yang merasa AI sangat berbahaya. *Robot diberbagai macam bidang, sudah mulai menggantikan manusia seperti construction, supir, chef, bahkan barber kemungkinan besar diganti robot.* Kita mungkin tidak bisa tahu cara kerja AI tapi kita bisa kerja sama dengan AI. Gimana kalau terapkan AI untuk menemukan solusi masalah ekonomi, sosial, untuk menemukan obat yang kalau manusia cari solusinya mungkin butuh ribuan tahun. I’m Agung Hapsah and until next time.”

Fungsi komunikasi pada wacana direktif yang disampaikan Agung Hapsah adalah dampak dan pemanfaatan AI dalam kehidupan sehari-hari. penjelasan dampak penggunaan AI bagi kehidupan manusia ditunjukkan pada kalimat ke-15 “*Robot diberbagai macam bidang, sudah mulai menggantikan manusia.*” Pada tuturan tersebut fungsi komunikasi yang disampaikan adalah dampak banyaknya AI diberbagai bidang pekerjaan, membuat angka pengangguran semakin banyak. Banyaknya AI diberbagai bidang pekerjaan juga memengaruhi perubahan perekonomian dunia.

#### *Fungsi Pendidikan*

Fungsi pendidikan adalah fungsi wacana untuk mendidik mitra tutur mengenai sesuatu agar mengetahui dan melakukan sesuatu sesuai yang diajarkan. Fungsi pendidikan yang disampaikan pada wacana iklan yaitu terdapat nilai-nilai yang bisa diambil oleh konsumen dalam membeli dan menggunakan produk iklan. Konsumen menggunakan produk iklan untuk belajar hal baru dan bisa berguna bagi kehidupan sehari-hari. Fungsi pendidikan ditandai dengan nilai-nilai, menggunakan kata kerja aktif, dan menggunakan bahasa yang imperatif. Fungsi pendidikan wacana direktif yaitu:

“Indonesia adalah negara dengan lebih dari 200 ribu sekolah. Kita punya lebih dari 45 jutamurid, 2,7 juta guru, tapi sayangnya kita juga salah satu negara dengan performa yang paling rendah. *Menurut PISA yaitu Programme for International Student Assessment, Indonesia ituranking 62 dari 70 negara.* Riset terbaru dari Lant Pritchett seorang professor dari Harvard Kennedy School meneliti khusus anak-anak di Jakarta usia 15 tahun. *Ternyata ketinggalan 128tahun dibandingkan dengan negara-negara lain.* Quality of education.”

Fungsi pendidikan pada wacana direktif tersebut menjelaskan bahwa sistem pendidikan di Indonesia berada di peringkat paling bawah diantara pendidikan negara lainnya. Penjelasan bahwa pendidikan Indonesia palih rendah ditunjukkan pada kalimat ke-3 “*Menurut PISA yaitu Programme for International Student Assessment, Indonesia itu ranking 62 dari 70 negara.*” Pada tuturan tersebut menjelaskan data dari PISA yaitu pendidikan Indonesia berada di peringkat 8 dari bawah yaitu 62. Pada paragraf tersebut sistem pendidikan di Indonesia sangat tertinggal jauh dengan negara lain. Penjelasan pendidikan Indonesia ketertinggalan jauh ditunjukkan pada kalimat ke-5 “*Ternyata ketinggalan 128 tahun dibandingkan dengan negara-negara lain.*” Pada kalimat tersebut terdapat penelitian yang dilakukan oleh professor Lant Pritchett mengenai sistem pendidikan anak usia 15 tahun dan hasilnya bahwa sistem pendidikan tersebut tertinggal 128 tahun dengan negara lainnya.

### *Fungsi Ekonomi*

Fungsi ekonomi adalah fungsi wacana untuk mengarahkan konsumen ke tempat-tempat produk yang dijual, kemudian produk tersebut dibeli dan dicoba sesuai kebutuhan. Iklan memiliki tujuan agar produknya dikenal banyak orang sehingga dapat membuka lebar kesempatan bisnis dan mendapatkan keuntungan finansial. Konsumen juga mendapatkan keuntungan dari iklan karena mereka mendapatkan informasi mengenai produk dan memiliki alternatif dalam membeli produk sesuai kebutuhan dan keinginan. Fungsi ekonomi ditandai dengan terdapat kata istilah mengenai ekonomi, menggunakan konjungsi subordinatif, menggunakan kata konotasi. Fungsi ekonomi wacana direktif yaitu:

*“Gojek punya driver, merchan, sama user, yang menjadi konektor semuanya adalah Gopay. Kalau misalnya Gopay berhasil, driver bisa anaknya bisa sekolah, bisa punya rumah, karena tiap hari uang pendapatannya dipotong secara gak sadar gitu. Tau-tau dia dapat rumah aja. Kitakayak sehari-hari pakai gopay, paling benefitnya apa? Oh lebih mudah untuk bayar. Tapi untuk merchan, dampaknya benar-benar bisa merubah hidup. Biasanya untuk dapat tabungan dari bank itu sebelumnya gak bisa. Dengan adanya Gopay yang kerjasama dengan bank-bank ini. Sekarang mereka punya akses kepada fitur-fitur finance yang sehari-hari kita take for granted. We all have to believe, pasti ada jalan.”*

Fungsi ekonomi pada wacana direktif tersebut menyampaikan mengenai sistem fintech di aplikasi Gojek. Gojek memiliki fitur transaksi antar penjual dan pembeli melalui seluler yang bernama Gopay. Penjelasan gopay ditunjukkan pada kalimat ke-12 *“Gojek punya driver, merchan, sama user, yang menjadi konektor semuanya adalah Gopay.”* Pada tuturan tersebut menyampaikan bahwa Gopay adalah sistem fintech pada aplikasi Gojek yang berfungsi sebagai penghubung transaksi jual beli online yang terhubung langsung antara penjual, driver yang bertugas untuk mengantar produk jual beli, dan pembeli.

### SIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jenis wacana direktif dalam video iklan pada *channel YouTube* Agung Hapsah ditemukan ada empat, yaitu wacana direktif instruksi, wacana direktif tantangan, wacana direktif nasihat, dan wacana direktif larangan. Wacana direktif instruksi yang ditemukan yaitu memberikan dua solusi dalam mengehack video *YouTube*, yaitu dengan cara manual dan cara makro, dan *API*. Wacana direktif tantangan adalah Agung Hapsah meminta bantuan kepada Udd Sondakh untuk menyelesaikan tantangan yaitu menghabiskan 1000 botol Mizone dalam sehari dan mencari cara untuk memotivasi dirinya dalam menyelesaikan tantangan yaitu dengan cara membuat lagu untuk Mizone. Wacana direktif nasihat yang ditemukan adalah nasihat pertama dalam membuat vlog yaitu tidak boleh merekam terlalu lama dan sebentar karena akan menyebabkan kesulitan dalam mengedit video. Nasihat kedua adalah tidak perlu panik jika tidak memiliki peralatan kamera yang lengkap, dengan menggunakan gawai sudah cukup untuk merekam vlog dan hasilnya juga tidak buruk. Nasihat ketiga adalah jangan takut dalam melakukan sesuatu. Wacana direktif larangan yang ditemukan adalah Agung Hapsah membuat larangan untuk dirinya sendiri agar tidak sering mengunggah video *YouTube* dan menyampaikan alasan untuk tidak mengunggahnya. Kemudian melarang penonton untuk mempercayai semua hal yang ada di media sosial dengan alasan bahwa tidak semua yang ada di media sosial itu nyata dan benar.

Kedua, konteks wacana direktif dalam video iklan pada *channel YouTube* Agung Hapsah ditemukan ada empat, yaitu konteks linguistik, konteks epistemis, konteks fisik, dan konteks sosial. Konteks linguistik yang ditemukan pada paragraf pertama menggunakan paragraf deduktif yang didalamnya terdapat morfem bebas. Pada paragraf kedua menggunakan paragraf induktif yang didalamnya terdapat nada tinggi dan tekanan yang keras. Pada paragraf terakhir terdapat frase eksentrik dan makna gramatikal. Konteks epistemis yang ditemukan adalah latar belakang awal mula Agung Hapsah membuat video *YouTube*. Latar belakang proses menjadi seorang *YouTuber*. Perjalanan sulit yang harus dilalui oleh *YouTuber* pemula untuk bisa menjadi yang terbaik.



Konteks fisik yang ditemukan adalah objek pembicaraan mengenai Agung Hapsah berkeliling dan menunjukkan kepada penonton isi ruang tidur dan ruang tamu atau ruang santai, ruang kerja, dan ruang server. Konteks sosial yang ditemukan adalah masyarakat di Desa Bengkala menggunakan bahasa isyarat dan sudah menjadi budaya yaitu Kata Kolok.

Ketiga, fungsi wacana direktif dalam video iklan pada *channel YouTube* Agung Hapsah ditemukan ada tiga, yaitu fungsi komunikasi, fungsi pendidikan, dan fungsi ekonomi. Fungsi komunikasi yang ditemukan adalah penyampaian pengertian dari *AI*, cara kerja *AI* dan dampak dan pemanfaatan *AI* dalam kehidupan sehari-hari.

Fungsi pendidikan yang ditemukan pada paragraf pertama adalah peringkat pendidikan Indonesia di seluruh dunia. Kemudian penyebab pendidikan Indonesia berada di peringkat paling bawah. Terakhir, solusi dalam memperbaiki pendidikan di Indonesia yang sudah ketinggalan dengan negara lainnya. Fungsi ekonomi yang ditemukan adalah perkembangan sistem fintech yang dimulai dari sistem barter, emas, uang kertas, kartu kredit, menggunakan ekonomi internet dari server, website, sampai seluler. Sistem fintech diaplikasi Gojek. Manfaat penggunaan gopay dalam kehidupan sehari-hari.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang mendukung dan mendoakan penulis. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang turut membantu proses jalannya penelitian skripsi dari awal sampai akhir. Sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andianto, M. R. (2013). *Pragmatik: Direktif dan Kesantunan Berbahasa*. Yogyakarta: Gress Publishing.
- Ardiansyah, N. A., Wuryaningrum, R., & Widjajanti, A. (2014). Analisis Wacana pada Stiker Motor di Kampus FKIP Universitas Jember. *repository unej*, 2,3.
- Arifin, E. Z., Aswinarko, Sumadyo, B., & Hilaliyah, H. (2012). *Teori dan Kajian Wacana Bahasa Indonesia*. Tangerang: Pustaka Mandiri.
- Astuti, S. P. (2012). Fungsi Bahasa dalam Wacana Iklan Media Cetak. *Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 6- 8.
- Astuti, S. P. (2012). Fungsi Bahasa dalam Wacana Iklan Media Cetak. *Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 3.
- Hasuna, K. (2019). Analisis Wacana Iklan Berbahasa Banjar di Sky Radio 89.3 FM Banjarmasin. *Stilistika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 270.
- Joyo, M. N., Sukatman, & Husniah, F. (2014). Wacana Grafiti Berbahasa Indonesia pada Bak Truk: Analisis Wacana Kritis. *Repository Unej*, 2,3.
- Jumadi. (2017). *Wacana, Kekuasaan, & Pendidikan Bahasa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI).
- Junieles, R., & Arindita, S. F. (2020). Karakteristik dan Fungsi Bahasa Iklan Bisnis Layanan Aplikasi Chatting di Youtube. *Konfiks: Jurnal Bahasa, Sastra, dan pengajaran*, 31.
- Keegan, & Green. (2020). Periklanan. In M. A. Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran* (p. 102). Pasuruan: Qiara Media.
- Krisdalaksan, H. (2008). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kuntjojo. (2009). *Metodologi Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI.
- Kushartanti, Yuwono, U., & Lauder, M. R. (2007). *Pesona Bahasa: Langkah Awal Memahami Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Leech, G. (1977). *Semantics*. England: Penguin Books.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: CakraBooks.
- Prihatini, A., Muti'ah, A., & Widjajanti, A. (2014). Analisis Wacana Kritis "Wayang Durangpo" karya Sujiwo Tejo pada Rubrik "Senggang" di Surat Kabar Jawa Pos. *Repository Unej*, 5.

- 
- Puspawati, A., Kuntorini, R. S., Permatasari, A. N., & dkk. (2012). *Buku Ajar Bahasa Indonesia*. Bandung: Lembaga Studi Islam dalam Pengembangan Kepribadian (LSIPK) Universitas Islam Bandung.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 73.
- Rani, A., Arifin, B., & Martutik. (2006). *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Setiawati, E., & Rusmawati, R. (2019). *Analisis Wacana: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Malang: UB Press.
- Sitoyo, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sumarwan, F. (2015). Analisis Wacana Stand Up Comedy Show dengan Judul Messake Bangsaaku Karya Pandji Pragiwaksono. *Skripsi*, 13.
- Tarigan, H. G. (1987). *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.
- Vestergaard, T., & Schroder, K. C. (1985). *The Language Advertising*. Hoboken: Blackwell Publishing.
- Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 5.
- Widada. (1999). *Wacana Direktif dalam Bahasa Jawa*. Yogyakarta: Balai Bahasa.