

**ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI PADA AKUN
ZAHID IBRAHIM SEBAGAI KONTEN KREATOR
SELF IMPROVEMENT DI YOUTUBE**

TUGAS AKHIR

Oleh:

AFINI ZAHRA SIREGAR

2203110297

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Audio Visual



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2026

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama : AFINI ZAHRA SIREGAR
NPM : 2203110297
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI PADA AKUN ZAHID IBRAHIM SEBAGAI KONTEN KREATOR SELF IMPROVEMENT DI YOUTUBE

Medan, 04 April 2026

PEMBIMBING



NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0110072602

DISETUJUI OLEH

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0127048401

UIN SU
Unggul | Terpercaya



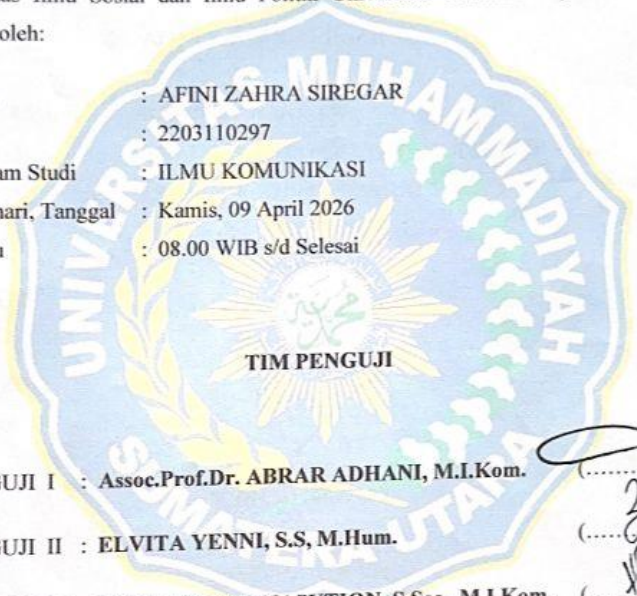
Assoc. Prof. DR. RIFIN SALEH, S.Sos., M.SP.
NIDN. 0030017402

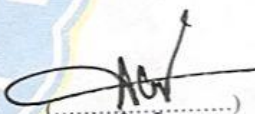


BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:



Nama : AFINI ZAHRA SIREGAR
NPM : 2203110297
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Pada hari, Tanggal : Kamis, 09 April 2026
Waktu : 08.00 WIB s/d Selesai



PENGUJI I : Assoc.Prof.Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom. (.....) 
PENGUJI II : ELVITA YENNI, S.S, M.Hum. (.....) 
PENGUJI III : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom. (.....) 

UMSU
PANITIA UJIAN
Ketua Sekretaris



Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP.  Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom. 

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Afini Zahra Siregar**, NPM 2203110297 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Tugas Akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijasah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 27 April 2026

Yang menyatakan



Afini Zahra Siregar

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Allah Subhanallahu wa Ta'ala, atas segala rahmat, berkah, serta kesempatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Tindak Tutur Lokusi Pada Akun Zahid Ibrahim Sebagai Konten Kreator *Self Improvement* di Youtube**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Teristimewa kepada kedua orang tersayang di dunia dan berjasa dalam hidup penulis, Ayah penulis **Desi Ibnu Sina Siregar** dan juga Mama penulis **Riri Chairida Lubis** yang telah berjuang sampai anakmu bisa ketahap skripsi dan meraih gelar sarjana S1, tanpa ridho dan kekuatan doamu Afini bukanlah apa-apa yah mama terimakasih banyak untuk semuanya.

Proses penyusunan skripsi ini tentu bukan hal yang mudah. Banyak tantangan dan hambatan yang dihadapi, baik dalam pengumpulan data, analisis teori, maupun dalam merangkai gagasan secara sistematis. Namun, dengan dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof., Dr., Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc., Prof., Dr., Arifin Shaleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc., Prof., Dr., Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr., Dra. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr., Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr., Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi saya, yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan dan waktunya dalam proses penulisan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

9. Seluruh Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu dalam menyelesaikan segala berkas administrasi yang dibutuhkan selama perkuliahan
10. Teruntuk Rizki Amalia Kaimudin, Sandrina Rahmawati dan Sammy Rafly Siregar yang selalu menemani dan mendukung penulis selama proses skripsi penulis ini. Terima kasih atas tawa, semangat, bimbingan belajar dan kebersamaan yang begitu berarti. Dari diskusi skripsi hingga obrolan santai saat ngopi dan nongkrong, kalian membuat perjalanan ini lebih menyenangkan karena kalian ada di setiap langkah.
11. Khusus untuk sahabat penulis Yasmin Aqilah, Muhammad Hazmi dan Muhammad Daffa Purnomo yang selalu siap diajak berbagi cerita, berdiskusi, atau sekedar melepas penat di tengah kesibukan skripsi atau hal lainnya walaupun jarak dan tujuan kita berbeda tetapi tetap menyempatkan momen bersama. Terima kasih atas dukungan, canda tawa, dan momen-momen seru yang membuat segalanya terasa lebih ringan dalam hidup saya.
12. Untuk Eva Adhia, Zahra Syahputri, Rizqi Irawan, dan Jepri Arianto, sahabat yang selalu bersama di kelas konsentrasi Audio Visual penulis ucapkan terima kasih sudah *survive* bersama melewatkan canda, suka, tawa maupun kesedihan di momen-momen akhir kuliah saya yang sangat berharga ini.
13. Untuk teman-teman KKN saya di Desa Laut Dendang Dusun IX Kecamatan Percut Sei Tuan. Sammy Rafli Siregar, Shayla Salsabila, Bilal Maydita Aslam, Olvi Salsabila Siregar, Savila Hania, M. Nurrijali Padillah, Ali Wardhana Sulaeman Dalimunthe, dan Fikri Hidayat Tanjung. Terima kasih atas

dukungan mental maupun fisik yang kalian berikan, terima kasih atas canda tawa, susah senang, sedih, momen-momen berharga yang sudah kita bagi bersama.

14. Terima kasih untuk kelas G IKO teman-teman awal penulis di perkuliahan stambuk 2022 (tidak dapat penulis sebutkan satu persatu) yang telah membantu, terima penulis diawal-awal perkuliahan sebagai teman dan memberikan banyak momen berharga.
15. Kepada teman satu bimbingan penulis Lihwa Nabila, terima kasih karena sudah mau melewati ini bersama-sama dan saling menemani dalam proses bimbingan Bersama dari awal sampai akhir.
16. Kepada keluarga besar penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan memberikan rasa kasih sayang dan support yang luar biasa kepada penulis.

Demikianlah penulis mengucapkan syukur dan terimakasih, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dalam penambahan khazanah ilmu pengetahuan bagi semua pihak yang membacanya khususnya penulis dan dapat memajukan perkembangan kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang. Mohon maaf atas segala kekurangan, karena kesempurnaan hanya milik Allah yang Maha Kuasa.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 30 Maret 2026

Afini Zahra Siregar

ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI PADA AKUN ZAHID IBRAHIM SEBAGAI KONTEN KREATOR *SELF IMPROVEMENT* DI YOUTUBE

AFINI ZAHRA SIREGAR

2203110297

ABSTRAK

Perkembangan media digital menjadikan YouTube sebagai salah satu platform yang banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi dan edukasi, termasuk konten *self improvement* yang membahas pengembangan diri. Salah satu kreator yang menyajikan konten tersebut adalah Zahid Ibrahim melalui *playlist* Bahas Buku pada kanal YouTube miliknya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tindak tutur lokusi yang digunakan oleh Zahid Ibrahim dalam menyampaikan pesan *self improvement* kepada audiens. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik. Objek penelitian berupa tiga video dalam *playlist* Bahas Buku yang membahas pengembangan diri melalui ulasan buku. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dengan cara menonton, mencatat, dan menyeleksi tuturan yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, penyailan data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga bentuk tindak tutur lokusi, yaitu deklaratif, interogatif, dan imperatif. Tindak tutur deklaratif digunakan untuk menyampaikan informasi dan penjelasan, tindak tutur interogatif digunakan untuk memancing refleksi audiens, sedangkan tindak tutur imperatif digunakan sebagai bentuk ajakan atau dorongan kepada audiens untuk melakukan perubahan positif dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, penggunaan tindak tutur lokusi dalam konten tersebut mampu menyampaikan pesan *self improvement* secara jelas, sistematis, dan mudah dipahami oleh audiens.

Kata kunci: tindak tutur lokusi, pragmatik, *self improvement*, YouTube.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II	9
URAIAN TEORITIS	9
2.1. Komunikasi Persuasif	9
2.1.1 Komunikasi Persuasif	9
2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif.....	9
2.1.3 Strategi Komunikasi Persuasif dalam Konten Self Improvement.....	10
2.1.4 Hubungan Tindak Tutur dengan Komunikasi Persuasif	11
2.1.5 Komunikasi Persuasif di Media Sosial YouTube	11
2.2. Tindak Tutur	12
2.2.1 Tindak Tutur	12
2.2.2. Jenis-Jenis Tindak Tutur	13
2.2.3 Tindak Tutur Lokusi	13
2.2.4 Ciri-Ciri Tindak Tutur Lokusi.....	14
2.2.5 Peran Tindak Tutur Lokusi dalam Analisis Bahasa.....	14
2.3. Pragmatik	15
2.3.1 Pragmatik	15
2.3.2 Cakupan dan Ruang Lingkup Pragmatik	15

2.3.3 Fokus Analisis dalam Pragmatik.....	16
2.3.4 Peranan Pragmatik dalam Media Sosial dan Komunikasi Digital	16
2.3.5 Hubungan Pragmatik dengan Tindak Tutur	17
2.4. Media Baru (<i>New Media</i>).....	18
2.4.1 Media Baru.....	18
2.4.2 Karakteristik Media Baru	18
2.4.3 Media Baru dan Konten <i>Self Improvement</i> di YouTube	19
2.5. Media Sosial.....	19
2.5.1 Media Sosial.....	19
2.5.2 Karakteristik Media Sosial	19
2.5.3 YouTube sebagai Media Sosial dalam Komunikasi <i>Self Improvement</i>	20
2.6. Literasi Media	20
2.6.1 Literasi Media	20
2.6.2 Dimensi Literasi Media.....	20
2.6.3 Peran Literasi Media dalam Konsumsi Konten <i>Self Improvement</i>	21
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Kerangka konsep.....	23
3.3 Definisi Konsep.....	23
3.3.1 Tindak Tutur Lokusi	24
3.3.2 Komunikasi Persuasif	24
3.3.3 Konten <i>Self Improvement</i>	24
3.3.4 Media Sosial YouTube.....	24
3.3.5 Media Baru (<i>New Media</i>)	24
3.3.6 Literasi Media	25
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	25
3.5 Informan	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	28
BAB IV	29

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Hasil Pembahasan	29
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	29
4.1.2 Koding dan Reduksi Data	30
4.1.3 Penyajian Data Tindak Tutur Lokusi	32
4.2 Pembahasan.....	38
4.2.1 Lokusi Deklaratif dalam Konten <i>Self Improvement</i> Zahid Ibrahim.....	39
4.2.2 Lokusi Interogatif dalam Konten <i>Self Improvement</i> Zahid Ibrahim	41
4.2.3 Lokusi Imperatif dalam Konten <i>Self Improvement</i> Zahid Ibrahim	43
BAB V.....	46
PENUTUP.....	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	25
Tabel 4.2 Temuan Tindak Tutur Lokusi Video I.....	34
Tabel 4.3 Temuan Tindak Tutur Lokusi Video II.....	35
Tabel 4.4 Temuan Tindak Tutur Lokusi Video III	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	23
Gambar 4.2 Playlist Kanal YouTube Zahid Ibrahim	30
Gambar 4.3 Video I dari Kanal YouTube Zahid Ibrahim	33
Gambar 4.4 Video II dari Kanal YouTube Zahid Ibrahim.....	35
Gambar 4.5 Video III dari Kanal YouTube Zahid Ibrahim	36

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat. Pahlevi Hidayat et al., (2023) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membuat manusia menjalani kehidupan yang sangat praktis dan efisien, di mana YouTube menjadi platform utama untuk mengakses berbagai jenis konten, termasuk konten *Self Improvement*. Data dari *We Are Social* tahun 2023 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 139 juta pengguna YouTube aktif, menjadikannya sebagai salah satu platform digital yang paling berpengaruh. Fenomena meningkatnya konten *Self Improvement* menunjukkan bahwa masyarakat semakin mencari panduan praktis yang dapat membantu mereka tumbuh secara pribadi maupun emosional. Salah satu kreator dalam ranah ini adalah Zahid Ibrahim, yang dikenal luas berkat gaya penyampaian pesan reflektif, argumentatif, dan inspirasional. Karena kontennya sangat bertumpu pada kekuatan bahasa, maka analisis berbasis linguistik, khususnya pragmatik, menjadi penting untuk memahami bagaimana pesan motivasi tersebut dikonstruksi melalui tindak tutur.

Dalam kajian pragmatik, tindak tutur merupakan konsep kunci yang menjelaskan bagaimana ujaran berfungsi tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjalankan tindakan tertentu. Austin dan Searle mengklasifikasikan tindak tutur ke dalam tiga jenis, yakni lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Lokusi merupakan tindak tutur paling dasar, yakni tindakan

mengucapkan sesuatu dengan makna literal sesuai bentuk tuturan. Penjelasan mengenai definisi ini juga ditegaskan dalam penelitian Adiningtyas et al., (2022) yang menyebutkan bahwa tindak tutur lokusi memiliki makna lugas, tegas, dan tidak mengandung makna ganda. Dalam penelitian tersebut, lokusi dibagi menjadi tiga bentuk utama, yaitu lokusi berita, lokusi perintah, dan lokusi tanya, masing-masing berfungsi untuk memberikan informasi, mengarahkan perilaku, dan menanyakan sesuatu kepada mitra tutur

Keberadaan konten *Self Improvement* di YouTube semakin menunjukkan bahwa media digital berkembang menjadi ruang refleksi dan pembelajaran emosional bagi masyarakat. Penelitian Thifaliawan et al., (2025) pada kanal *GreatMindIndonesia* menunjukkan bahwa tuturan motivasional yang disampaikan secara empatik dan komunikatif dapat meningkatkan semangat hidup penonton. Di sisi lain, penelitian Lubis & Nasution, (2025) tentang struktur pesan dalam iklan YouTube *Pertamina* menunjukkan bahwa efektivitas pesan digital sangat bergantung pada penyusunan narasi dan tuturan yang jelas, runtut, dan mudah dipahami. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa struktur bahasa literal termasuk lokusi memegang peran penting dalam membangun keterhubungan emosional antara kreator dan audiens. Dengan demikian, keberhasilan pesan Zahid Ibrahim tidak dapat dilepaskan dari bagaimana ia menyusun tuturan literal yang menjadi dasar pemaknaan pesan *Self Improvement* oleh penontonnya.

Keterkaitan antara narasi personal dan pesan motivasional juga diperkuat melalui penelitian mengenai konten YouTube *Menjadi Manusia*. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari et al., (2022) menunjukkan bahwa video-video reflektif

yang berfokus pada isu mental dan pengalaman hidup mampu memenuhi kebutuhan emosional penonton, terutama mereka yang sedang menghadapi kesepian atau tekanan psikologis. Dalam konteks ini, tuturan lokusi yang digunakan kreator seperti pernyataan empatik, ajakan ringan, atau pertanyaan reflektif berfungsi sebagai pemicu introspeksi diri. Gaya Zahid Ibrahim yang menggunakan kalimat sederhana seperti “*dengan menulis apapun yang kamu pikirkan tentang dirimu, kamu bisa lebih mengenal dirimu sendiri*” menunjukkan karakteristik lokusi yang kuat karena disampaikan secara literal, lugas, dan langsung dipahami oleh audiens.

Dalam bidang pendidikan, penelitian yang dilakukan oleh Adiningtyas et al., (2022) menunjukkan bahwa penggunaan video YouTube sebagai media bimbingan dapat membantu meningkatkan *self acceptance* pada siswa yang mengalami *insecurity*. Studi tersebut menegaskan bahwa tuturan yang disampaikan secara literal dan jelas mempermudah siswa memahami pesan mengenai penerimaan diri. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa tindak tutur lokusi memiliki peran penting dalam konten *Self Improvement*, sebab bentuk ujaran eksplisit yang berisi ajakan atau penenang dapat membantu audiens dalam membangun kembali persepsi positif terhadap dirinya. Fenomena ini juga terlihat pada konten Zahid Ibrahim yang sering memberikan arahan langsung, dorongan untuk beristirahat, serta ajakan menerima kondisi diri secara utuh.

Relevansi penggunaan tuturan literal dalam konten digital juga tampak pada hasil penelitian Nurfitrihanah et al., (2023), yang mengungkap bahwa paparan terhadap video edukatif di kanal *1% Indonesian Life School* mampu

meningkatkan pemahaman kesehatan mental pada generasi muda. Penyampaian pesan yang sederhana, jelas, dan langsung terbukti memudahkan audiens dalam menangkap konsep-konsep psikologis yang dikomunikasikan. Temuan ini menunjukkan bahwa bentuk lokusi yang eksplisit sangat efektif untuk menyampaikan gagasan yang berkaitan dengan pengembangan diri. Pola ini juga terlihat dalam konten Zahid Ibrahim, di mana ia menggunakan tuturan literal untuk menjelaskan proses refleksi diri secara lugas sehingga penonton dapat lebih mudah memahami pesan inti yang ingin disampaikan.

Peran penting lokusi dalam komunikasi digital juga terlihat dalam penelitian yang dilakukan oleh Melisa et al., (2025) terhadap kanal YouTube *Kuliah Kehidupan*. Studi tersebut menunjukkan bahwa tuturan lokusi merupakan unsur dominan yang memungkinkan penyampaian pesan secara jelas dan langsung kepada audiens. Tuturan literal yang digunakan dalam video membantu penonton menangkap informasi inti tanpa interpretasi kompleks, sehingga komunikasi menjadi lebih efektif. Jika dikaitkan dengan konten *Self Improvement* Zahid Ibrahim, penggunaan lokusi yang sederhana dan eksplisit memiliki fungsi serupa, yakni menciptakan kejelasan makna serta memudahkan audiens terhubung dengan pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, analisis lokusi dalam konten Zahid Ibrahim menjadi relevan untuk melihat bagaimana tuturan literal dapat membangun hubungan komunikatif dengan audiens.

Penelitian Baqita, (2024) menunjukkan bahwa konten reflektif di YouTube, seperti yang disajikan kanal *Rintik Sedu*, dapat membantu penonton dalam proses pencarian kesadaran diri. Narasi yang disampaikan secara langsung

dan jujur mendorong audiens untuk melakukan refleksi personal. Hal ini sejalan dengan gaya Zahid Ibrahim yang memanfaatkan tuturan literal untuk mengarahkan penonton pada pemahaman diri. Dengan demikian, lokusi dalam konten *Self Improvement* berfungsi tidak hanya menyampaikan makna eksplisit, tetapi juga menstimulasi proses refleksi internal penontonnya.

Meskipun sudah banyak penelitian yang mengkaji komunikasi di YouTube, kajian yang secara khusus menganalisis tindak tutur lokusi dalam konten *Self Improvement* masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian lebih menyoroti efek motivasi atau dampak psikologis konten YouTube, belum menyentuh aspek linguistik secara mendalam. Kesenjangan penelitian inilah yang membuat analisis lokusi dalam konten Zahid Ibrahim menjadi penting, karena dapat memberikan gambaran empiris terkait bagaimana bahasa literal digunakan untuk membangun makna, intensi, dan dampak motivasional dalam konteks digital.

Secara praktis, penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi para kreator konten yang ingin mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih efektif. Dengan memahami pola lokusi yang digunakan Zahid Ibrahim, kreator lain dapat mempelajari bagaimana tuturan literal dapat membangun kedekatan emosional, menciptakan kejelasan makna, dan memfasilitasi proses refleksi diri. Penelitian ini juga bermanfaat bagi publik karena membantu mereka membedakan konten motivasional yang sehat dari konten *toxic positivity* yang semakin marak di media digital.

Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap konten digital sebagai sarana pendampingan emosional. Dengan demikian, penelitian mengenai tindak tutur lokusi dalam konten YouTube Zahid Ibrahim sangat perlu dilakukan, baik dari sisi akademis maupun praktis. Tuturan literal yang digunakan dalam videonya tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk proses refleksi, penguatan diri, dan pemaknaan terhadap pengalaman hidup. Melalui analisis lokusi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai pola bahasa yang membentuk efektivitas pesan *Self Improvement* di YouTube. Temuan ini juga dapat menjadi acuan bagi pengembangan studi pragmatik serta bagi praktisi komunikasi digital dalam menghasilkan konten yang lebih etis, edukatif, dan berdampak positif bagi masyarakat.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki fokus yang tajam dan mendalam, peneliti menetapkan batasan masalah pada beberapa aspek utama. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada analisis tindak tutur lokusi (makna literal) yang terdapat dalam subbjek penelitian, tanpa memperluas kajian pada ranah ilokusi maupun perlokusi. Kedua, sumber data primer dalam penelitian ini dibatasi pada akun YouTube Zahid Ibrahim, khususnya pada sebuah seri playlist yang berjudul “Bahas Buku”.

Peneliti memilih seri tersebut karena kontennya secara spesifik merepresentasikan gaya komunikasi Zahid Ibrahim yang reflektif dan argumentatif dalam topik *self improvement*. Adapun data yang dianalisis

mencakup 3 (tiga) episode dalam playlist tersebut, yaitu: (1) Episode "*Aku selalu pengen jadi sukses. Buku ini malah nyuruh berhenti*" (ulasan buku *Anything You Want*) yang memiliki 15.436 penayangan dan 1.097 jumlah suka, (2) Episode "*Kita nggak bisa ngerjain semua hal. Itu nggak apa-apa*" (ulasan buku *Four Thousand Weeks*) dengan total 33.278 penayangan dan 2.236 jumlah suka, serta (3) Episode "*Motivasi udah nggak penting di 2025 (ini yang bekerja sekarang)*" (ulasan buku *Someday is Today*) yang memperoleh 47.200 penayangan dan 3.016 jumlah suka. Batasan ini ditetapkan untuk memastikan bahwa data yang diambil merupakan data terbaru yang paling relevan dengan karakteristik tuturan subjek penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Bentuk Tindak Tutur Lokusi Pada Akun Zahid Ibrahim Sebagai Konten Kreator *Self Improvement* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tindak tutur lokusi pada akun zahid ibrahim sebagai konten kreator *self improvement* di youtube.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi kreator konten, pendidik, dan masyarakat mengenai bagaimana penggunaan tuturan literal dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan *self*

improvement, serta membantu audiens memahami motivasional secara lebih jelas.

- b. Manfaat Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi dalam kajian pragmatik, khususnya terkait penerapan tindak tutur lokusi pada media digital seperti YouTube, serta menjadi rujukan bagi peneliti linguistik selanjutnya.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Dalam bab ini memuat teori-teori yang mendukung penelitian, seperti pragmatik, tindak tutur lokusi, komunikasi persuasif, media baru, media sosial, dan literasi media.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menyajikan hasil analisis data yang ditemukan dalam penelitian dan membahasnya berdasarkan teori yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi Persuasif

2.1.1 Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk memengaruhi pikiran, sikap, dan perilaku seseorang melalui strategi komunikasi yang terencana Cangara (2016). Dalam komunikasi persuasif, penutur tidak memaksa pendengar untuk menerima pesan, tetapi membimbing mereka melalui alasan, penjelasan, dan daya tarik emosional Mulyana (2023). Pada era digital, komunikasi persuasif banyak digunakan oleh *influencer*, motivator, dan konten kreator untuk membangun hubungan emosional, menciptakan kedekatan, serta mengajak audiens mengikuti nilai atau perilaku tertentu Flew & Smith., (2021). Dalam konteks penelitian ini, komunikasi persuasif berperan besar dalam memahami bagaimana Zahid Ibrahim menyampaikan pesan-pesan pengembangan diri dan motivasi kepada audiensnya melalui pilihan kata dan struktur tuturan yang bersifat membangun kepercayaan diri.

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif terdiri dari beberapa unsur penting, yaitu komunikator, pesan, media, dan audiens Cangara (2016). Komunikator harus memiliki kredibilitas, gaya bahasa yang menarik, serta kemampuan menyusun pesan yang relevan dengan pengalaman audiens. Pesan dalam komunikasi persuasif biasanya mengandung alasan logis, daya tarik emosional, dan ajakan

yang halus Mulyana (2023). Media menjadi wadah penyampaian pesan, dan pada era ini, platform seperti YouTube berperan besar dalam membentuk efektivitas persuasi. Audiens dalam hal ini penonton konten *self improvement* menjadi pihak yang menerima, merespons, dan menginterpretasi pesan sesuai kebutuhan psikologis mereka Potter (2013). Interaksi antara unsur-unsur ini menentukan keberhasilan sebuah pesan persuasif.

2.1.3 Strategi Komunikasi Persuasif dalam Konten *Self Improvement*

Konten *self improvement* menggunakan strategi persuasif yang lebih banyak berfokus pada pembangkitan emosi positif, penguatan diri, dan pemberian afirmasi Mulyana (2023). Dalam media digital, strategi ini digunakan oleh konten kreator untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui penyampaian pesan yang bersifat personal dan relevan Flew & Smith., (2021). Konten kreator seperti Zahid Ibrahim biasanya membangun persuasi melalui tuturan yang bersifat personal, dekat, dan memberi rasa dipahami.

Strategi tersebut mencakup penggunaan kalimat ajakan halus, contoh pengalaman hidup, analogi, serta pemilihan kata yang tepat untuk memperkuat pesan Keraf, (2006). Tuturan seperti “Kamu mampu melalui ini,” “Percaya pada dirimu,” atau “Mulailah dari langkah kecil,” merupakan bentuk persuasi yang disampaikan secara sederhana, namun memiliki kekuatan memengaruhi audiens. Hal ini menunjukkan bahwa tuturan yang tampak literal juga memiliki fungsi komunikasi tertentu dalam memengaruhi penerima pesan Leech, (2016).

2.1.4 Hubungan Tindak Tutur dengan Komunikasi Persuasif

Tindak tutur, terutama lokusi, memainkan peran fundamental dalam komunikasi persuasif karena melalui tuturan literal inilah pesan utama disampaikan Searle (1969). Pilihan diksi, bentuk kalimat, dan struktur tuturan menjadi elemen yang mempengaruhi bagaimana pesan dipahami oleh audiens Keraf (2006). Dalam komunikasi persuasif, lokusi menjadi pondasi untuk membangun pesan yang dapat dimaknai sebagai motivasi, nasihat, atau ajakan.

Pada konten Zahid Ibrahim, lokusi berupa kalimat deklaratif, afirmatif atau imperatif ringan sering digunakan untuk memberikan rangsangan emosional kepada penonton. Hal ini menunjukkan bahwa tuturan yang disampaikan tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga memiliki peran dalam memengaruhi pemahaman dan sikap audiens Leech, (2016). Dengan demikian, memahami tindak tutur lokusi membantu melihat bagaimana pesan persuasif dibentuk secara linguistik sebelum dianalisis lebih lanjut pada makna dan efeknya terhadap audiens.

2.1.5 Komunikasi Persuasif di Media Sosial YouTube

YouTube sebagai media sosial memiliki karakteristik yang sangat mendukung strategi komunikasi persuasif, yaitu melalui perpaduan audio, visual, ekspresi, dan intonasi suara Flew & Smith., (2021). Persuasi di YouTube tidak hanya terjadi melalui kata-kata, tetapi juga melalui cara penyampaian, suasana video, serta citra diri yang dibangun kreator. Konten kreator seperti Zahid Ibrahim memanfaatkan YouTube untuk mengemas pesan motivasional yang lebih mudah diterima audiens melalui gaya bicara yang lembut, bahasa yang sederhana, dan

narasi yang relatable. Audiens yang mengonsumsi konten ini cenderung berada dalam kondisi emosional tertentu misalnya merasa lelah, *insecure*, atau membutuhkan dukungan sehingga membuat mereka lebih responsif terhadap pesan persuasif. Dengan demikian, YouTube bukan hanya media penyampaian pesan, tetapi juga ruang pembentukan komunikasi persuasif yang kuat antara kreator dan audiens Potter (2013).

2.2. Tindak Tutur

2.2.1 Tindak Tutur

Tindak tutur merupakan konsep utama dalam pragmatik yang menjelaskan bahwa setiap tuturan bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga melakukan suatu tindakan melalui bahasa Austin (1969). Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh J.L. Austin dan kemudian dikembangkan oleh John Searle dalam kajian linguistik modern Searle (1999). Dalam pandangan teori tindak tutur, bahasa dipandang sebagai alat untuk bertindak, bukan sekadar untuk menyatakan sesuatu. Ketika seseorang berbicara, ia pada dasarnya sedang melakukan tindakan sosial seperti meminta, menyuruh, menolak, menasihati, menyatakan, atau meyakinkan. Oleh sebab itu, tindak tutur sangat penting dalam memahami hubungan antara bentuk tuturan, maksud penutur, dan dampaknya terhadap pendengar. Dalam komunikasi modern, terutama pada media sosial dan platform digital, tindak tutur menjadi semakin signifikan karena pesan tidak hanya dipengaruhi oleh kata-kata, tetapi juga oleh konteks visual, audio, dan emosi yang menyertai penyampaian pesan Flew & Smith., (2021).

2.2.2. Jenis-Jenis Tindak Tutur

Austin membagi tindak tutur menjadi tiga jenis, yaitu tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi Austin (1999). Ketiga jenis tindakan ini saling berhubungan dan terjadi secara bersamaan ketika seseorang berbicara. Tindak tutur lokusi berkaitan dengan makna literal atau tuturan dasar yang diucapkan. Tindak tutur ilokusi mengacu pada maksud atau tujuan penutur ketika mengucapkan suatu tuturan, seperti memerintah, melarang, menyarankan Searle (1969), atau meyakinkan. Sedangkan tindak tutur perlokusi berkaitan dengan dampak atau efek yang ditimbulkan oleh tuturan terhadap pendengar, seperti membuat pendengar merasa termotivasi, tergerak, tersinggung, atau berubah sikap Leech (2016). Ketiga jenis tindak tutur ini membantu memahami bagaimana bahasa bekerja sebagai tindakan dan bagaimana suatu pesan dapat menghasilkan interpretasi serta efek tertentu dalam proses komunikasi.

2.2.3 Tindak Tutur Lokusi

Tindak tutur lokusi adalah jenis tindak tutur yang merujuk pada tindakan mengucapkan sesuatu secara literal sesuai dengan struktur linguistiknya Austin (1999). Lokusi hanya memfokuskan diri pada apa yang dikatakan penutur tanpa memperhatikan maksud atau tujuan komunikatif di balik tuturan tersebut. Dengan kata lain, lokusi merupakan “lapisan dasar” dari suatu tuturan, yaitu struktur kalimat, pilihan kata, serta makna eksplisit yang dapat dipahami secara langsung Searle (1969). Misalnya, ketika seseorang mengatakan “Hari ini cuacanya cerah,” analisis lokusi hanya melihatnya sebagai sebuah pernyataan yang menggambarkan kondisi cuaca, tanpa mempertimbangkan apakah penutur berniat mengajak keluar

rumah, menenangkan orang, atau memberikan informasi tambahan. Dalam analisis lokusi, pusat perhatian hanya pada bentuk dan makna literal kalimat.

2.2.4 Ciri-Ciri Tindak Tutur Lokusi

Tindak tutur lokusi memiliki beberapa ciri utama yang membedakannya dari ilokusi dan perlokusi Austin (1999). Pertama, lokusi bersifat literal dan tidak menafsirkan makna di luar apa yang secara eksplisit diucapkan. Kedua, lokusi meninjau struktur linguistik berupa jenis kalimat seperti deklaratif, interogatif, atau imperatif Searle (1969). Ketiga, lokusi tidak mempertimbangkan tujuan penutur, sehingga tidak menganalisis apakah tuturan itu bermaksud memotivasi, mengingatkan, atau memengaruhi. Lokusi juga tidak memperhatikan dampak psikologis atau tindakan lanjutan dari pendengar. Dengan demikian, lokusi merupakan tahap analisis paling objektif dalam teori tindak tutur karena hanya berfokus pada tuturan sebagai bentuk bahasa.

2.2.5 Peran Tindak Tutur Lokusi dalam Analisis Bahasa

Tindak tutur lokusi memiliki fungsi fundamental dalam analisis pragmatik karena menjadi dasar untuk memahami tindak tutur lainnya Austin (1999). Tanpa mengidentifikasi lokusi terlebih dahulu, tujuan penutur (ilokusi) maupun efek yang muncul (perlokusi) tidak dapat dianalisis secara tepat Searle (1969). Dalam penelitian konten YouTube, lokusi menjadi penting untuk mengidentifikasi jenis kalimat yang digunakan kreator, tuturan apa yang paling sering muncul, dan bagaimana struktur kalimat itu membentuk pesan motivasi Flew & Smith., (2021). Misalnya, pada konten *self improvement* Zahid Ibrahim, banyak kalimat afirmatif seperti “Kamu mampu melewatinya” atau “Kamu tidak sendiri” yang secara

lokusi merupakan pernyataan literal, tetapi di tingkat pragmatik mengandung tujuan memberi penguatan psikologis dan menghasilkan efek motivasi bagi audiens Leech (2016). Oleh karena itu, pemahaman tentang lokusi sangat penting untuk mendasari analisis tindak tutur secara menyeluruh.

2.3. Pragmatik

2.3.1 Pragmatik

Pragmatik merupakan cabang ilmu linguistik yang mempelajari bagaimana makna tuturan ditafsirkan berdasarkan konteks penggunaannya Leech (2016). Pragmatik memandang bahasa bukan hanya sebagai kumpulan kata atau struktur kalimat, tetapi sebagai bagian dari tindakan komunikasi manusia yang dipengaruhi berbagai faktor, seperti situasi, tujuan penutur, hubungan sosial antara penutur dan pendengar, serta pengetahuan bersama yang mereka miliki Cutting & Fordyce., (2020). Dalam kajian ini, pemaknaan suatu tuturan tidak hanya bergantung pada struktur linguistik, tetapi juga pada konteks yang melingkupi proses komunikasi. Oleh sebab itu, pragmatik memegang peranan penting dalam memahami bagaimana bahasa bekerja dalam kehidupan nyata, terutama pada komunikasi digital yang bersifat dinamis seperti di media sosial dan YouTube Flew & Smith., (2021).

2.3.2 Cakupan dan Ruang Lingkup Pragmatik

Ruang lingkup pragmatik mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi proses penciptaan dan penafsiran makna, termasuk implikatur, presupposisi, deixis, tindak tutur, prinsip kerja sama, dan prinsip kesantunan Leech (2016). Melalui aspek-aspek tersebut, pragmatik membantu menjelaskan bagaimana suatu

tuturan dapat dimaknai secara berbeda bergantung pada konteksnya. Misalnya, sebuah kalimat sederhana seperti “Besok hujan” dapat memiliki fungsi yang berbeda mulai dari peringatan, nasihat, hingga ajakan bergantung pada situasi dan tujuan penutur Cutting & Fordyce., (2020). Dengan demikian, kajian pragmatik memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana makna tidak hanya berasal dari kata-kata yang diucapkan, tetapi juga dari faktor eksternal yang melingkupinya.

2.3.3 Fokus Analisis dalam Pragmatik

Fokus utama pragmatik adalah pada hubungan antara bentuk bahasa dan maksud penutur Leech (2016). Analisis pragmatik berusaha menjawab pertanyaan mengenai apa yang hendak disampaikan penutur melalui tuturan tertentu, bagaimana pendengar menafsirkan tuturan tersebut, serta bagaimana konteks sosial memengaruhi proses pemaknaan Cutting & Fordyce, (2020). Karena itu, pragmatik mempelajari bagaimana makna eksplisit dan implisit bekerja dalam komunikasi. Sebagai contoh, ketika seorang konten kreator mengatakan kalimat motivatif seperti “Kamu pasti bisa melewati ini”, analisis pragmatik tidak hanya melihat kalimat tersebut sebagai pernyataan, tetapi juga memahami tujuan komunikatifnya, yaitu memberikan dukungan dan membangkitkan semangat audiens.

2.3.4 Peranan Pragmatik dalam Media Sosial dan Komunikasi Digital

Perkembangan media sosial dalam lima tahun terakhir menjadikan pragmatik semakin relevan untuk dikaji karena interaksi digital dipenuhi makna tersirat, strategi komunikasi, dan konstruksi identitas yang kompleks Flew &

Smith, (2021). Komunikasi di media sosial sangat bergantung pada konteks, gaya bahasa, dan hubungan sosial antar pengguna Cutting & Fordyce, (2020). Di *platform* seperti YouTube, penonton menafsirkan pesan tidak hanya melalui kata-kata, tetapi juga melalui nada suara, ekspresi, visual, dan keadaan emosional yang dibangun oleh kreator. Pragmatik membantu menjelaskan bagaimana pesan motivasional dari konten kreator seperti Zahid Ibrahim dipahami oleh audiens, termasuk bagaimana intonasi, pilihan kata, serta situasi penyampaian membentuk makna yang lebih dalam daripada sekadar makna literal.

2.3.5 Hubungan Pragmatik dengan Tindak Tutur

Tindak tutur merupakan bagian integral dari pragmatik, karena melalui tindak tutur dapat diketahui bagaimana sebuah tuturan berfungsi sebagai tindakan komunikasi Leech (2016). Dalam teori tindak tutur, terdapat tiga jenis tindakan: lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Lokusi mengacu pada makna literal tuturan, ilokusi pada maksud penutur, dan perlokusi pada dampak yang ditimbulkan terhadap pendengar Searle (1969). Dengan demikian, kajian pragmatik memanfaatkan analisis tindak tutur untuk memahami bagaimana tuturan bekerja dalam konteks komunikasi. Dalam penelitian terhadap konten YouTube, analisis tindak tutur, terutama lokusi, sangat penting untuk mengidentifikasi jenis tuturan yang digunakan kreator sebelum melihat bagaimana makna dan dampaknya dipahami oleh audiens.

2.4. Media Baru (*New Media*)

2.4.1 Media Baru

Media baru adalah bentuk media berbasis teknologi digital yang memungkinkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi berlangsung secara cepat, interaktif, dan berbasis jaringan internet. Flew & Smith, (2021) menjelaskan bahwa media baru ditandai oleh digitalisasi, konvergensi media, dan interaktivitas tinggi yang membedakannya dari media tradisional. Media baru memungkinkan audiens menjadi produsen sekaligus konsumen (prosumer), sehingga komunikasi berlangsung lebih partisipatif.

2.4.2 Karakteristik Media Baru

Karakteristik utama media baru menurut Lister et al., (2008) mencakup:

1. Digitalisasi, yang membuat informasi dapat diproduksi dan disimpan dalam format digital.
2. Interaktivitas, memungkinkan komunikasi dua arah antara pengguna dan kreator.
3. Konvergensi, yaitu penggabungan berbagai bentuk media dalam satu *platform* (audio, video, teks).
4. User-generated content, yaitu konten diproduksi oleh pengguna, bukan hanya institusi media.
5. Karakteristik ini menjadikan YouTube sebagai media baru yang ideal untuk menyampaikan pesan *self improvement* secara fleksibel dan langsung kepada audiens melalui video.

2.4.3 Media Baru dan Konten *Self Improvement* di YouTube

Dalam konteks penelitian ini, media baru memungkinkan Zahid Ibrahim sebagai konten kreator *self improvement* menyampaikan pesan motivatif melalui tuturan yang terstruktur, personal, dan mudah diakses audiens. Media baru memberi kebebasan pada kreator untuk menentukan gaya komunikasi, termasuk tindak tutur lokusi yang berfungsi memberi informasi, penjelasan, atau instruksi kepada audiens. Keberadaan komentar dan fitur interaktif memperkuat hubungan komunikatif sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih berdampak.

2.5. Media Sosial

2.5.1 Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi, serta berinteraksi dengan konten secara daring. Pahlevi Hidayat et al. (2023) mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten melalui interaksi virtual. Media sosial menggabungkan teknologi Web 2.0 dan partisipasi pengguna dalam membentuk komunikasi sosial di ruang digital.

2.5.2 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial menurut Kietzmann (2021) meliputi:

1. Partisipasi, pengguna dapat memproduksi dan merespon konten.
2. Percakapan, terjadi komunikasi berkelanjutan antar pengguna.
3. Berbagi (*sharing*), konten mudah disebarkan ke berbagai platform.
4. Konektivitas, pengguna saling terhubung dalam jaringan global.
5. Komunitas, terbentuk kelompok pengguna berdasarkan minat yang sama.

Karakteristik ini relevan dengan YouTube, yang memungkinkan pembentukan komunitas audiens konten *self improvement*.

2.5.3 YouTube sebagai Media Sosial dalam Komunikasi *Self Improvement*

YouTube memiliki keunggulan sebagai media sosial berbasis video yang memberi ruang besar pada komunikasi visual dan audio sekaligus. Bagi kreator seperti Zahid Ibrahim, platform ini memfasilitasi penyampaian pesan motivasi secara ekspresif melalui tuturan yang jelas, nada suara yang persuasif, serta visual pendukung. Penggunaan tindak tutur lokusi dalam video YouTube menjadi penting karena setiap kalimat yang diucapkan memiliki potensi memengaruhi persepsi dan tindakan audiens.

2.6. Literasi Media

2.6.1 Literasi Media

Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, memahami, menganalisis, mengevaluasi, serta memproduksi pesan media secara kritis. Hobbs, (2011) menyatakan bahwa literasi media merupakan keterampilan penting yang membantu individu memahami konten media secara reflektif, tidak sekadar menerima pesan secara pasif. Dalam era digital, literasi media juga mencakup kemampuan menilai kredibilitas dan pola persuasi dalam pesan.

2.6.2 Dimensi Literasi Media

Menurut Potter (2013), literasi media terdiri dari beberapa dimensi, yaitu:

1. Kognitif : kemampuan memahami isi pesan dan informasi.
2. Emosional : kemampuan mengelola respon emosional terhadap media.
3. Estetis : kemampuan menilai kualitas penyajian media.

4. Moral : kemampuan menilai nilai, etika, dan implikasi pesan.

5. Kritis : kemampuan mengevaluasi keabsahan pesan secara objektif.

Dimensi-dimensi ini penting agar audiens dapat memahami pesan *self improvement* secara tepat.

2.6.3 Peran Literasi Media dalam Konsumsi Konten *Self Improvement*

Literasi media diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, serta mengkomunikasikan isi atau konten dari media. Salah satu indikator penting dalam literasi media adalah kemampuan pemahaman kritis (*critical understanding*). Kemampuan ini mencakup bagaimana audiens memilah dan menilai isi pesan yang diterima. Aspek pemahaman ini ternyata sangat dipengaruhi oleh aspek kebahasaan. Hidayat & Lubis (2021) menjelaskan bahwa untuk memahami informasi dengan cepat, audiens cenderung mencari konten yang menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Oleh karena itu, tindak tutur lokusi yang lugas dan eksplisit yang digunakan Zahid Ibrahim menjadi kunci utama untuk membantu audiens *self-improvement* mencapai pemahaman yang cepat dan tidak bias.

Dalam penelitian ini, literasi media memengaruhi bagaimana audiens menafsirkan tindak tutur lokusi yang disampaikan Zahid Ibrahim. Audiens dengan literasi media tinggi mampu menangkap makna tuturan, menilai tujuan komunikasi persuasif, serta membedakan antara fakta, opini, dan ajakan motivatif. Dengan demikian, literasi media berfungsi mengarahkan audiens untuk memahami pesan secara kritis sehingga pesan *self improvement* yang diterima benar-benar berdampak positif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena fokus penelitian diarahkan untuk memahami dan menggambarkan fenomena tindak tutur lokusi yang muncul dalam tuturan Zahid Ibrahim pada konten self-improvement di YouTube. Metode kualitatif digunakan untuk menelaah makna tuturan secara mendalam melalui interpretasi konteks, situasi komunikasi, dan tujuan ujaran yang tidak dapat direduksi menjadi angka. Sementara itu, sifat deskriptif dipilih karena penelitian ini hanya berupaya menggambarkan dan menjelaskan bentuk tindak tutur

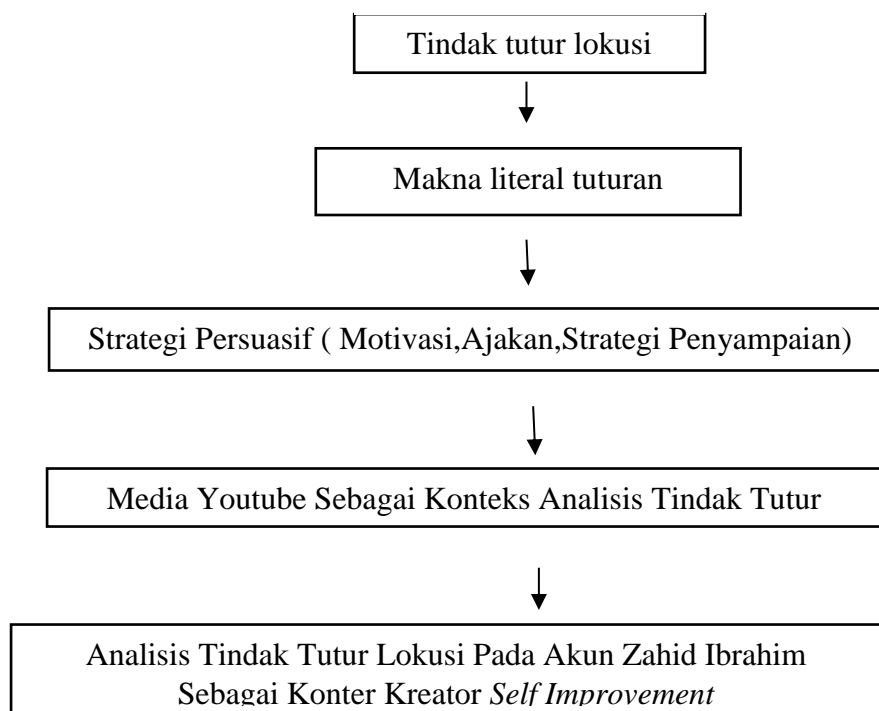
lokusi apa adanya sesuai data, tanpa melakukan manipulasi atau eksperimen.

Pemilihan metode ini diperkuat oleh temuan penelitian Huda & Ginting (2022), dalam penelitian tersebut, mereka menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji penggunaan dan penyimpangan prinsip kesantunan berbahasa dalam unggahan Selasar Mak Beti. Melalui metode tersebut, mereka berhasil mendeskripsikan fenomena pragmatik secara detail berdasarkan konteks tuturan di media digital. Keberhasilan pendekatan kualitatif deskriptif dalam mengungkap fenomena kebahasaan pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa metode yang sama relevan digunakan dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis tindak tutur lokusi sebagai bagian dari kajian pragmatik dalam konteks media baru.

3.2 Kerangka konsep

Menurut Kompas (2023), kerangka konseptual menjelaskan alur pemikiran penelitian dengan memetakan variabel konsep utama dan hubungan logis antar konsep dalam penelitian. Kerangka konseptual berfungsi sebagai peta analisis yang membantu peneliti menentukan konsep mana yang akan diobservasi dan bagaimana konsep tersebut saling berhubungan dalam menjawab pertanyaan penelitian.

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

3.3 Definisi Konsep

Agar penelitian ini memiliki batasan yang jelas, maka konsep-konsep utama dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

3.3.1 Tindak Tutur Lokusi

Tindak tutur lokusi adalah tuturan yang bermakna sesuai dengan kata dan struktur kalimat yang diucapkan. Dalam penelitian ini, lokusi merujuk pada makna literal dari ujaran Zahid Ibrahim dalam video YouTube-nya.

3.3.2 Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan yang bertujuan memengaruhi pemikiran atau tindakan audiens. Pada penelitian ini, konsep ini digunakan untuk menjelaskan cara Zahid Ibrahim menyampaikan motivasi melalui pilihan tuturannya.

3.3.3 Konten Self Improvement

Konten *Self Improvement* adalah materi yang mendorong pengembangan diri dan perubahan positif. Dalam penelitian ini, konsep ini mengacu pada video Zahid Ibrahim yang berisi ajakan dan motivasi untuk memperbaiki diri.

3.3.4 Madia Sosial YouTube

YouTube adalah platform berbasis video yang memungkinkan penyebaran pesan secara audiovisual. Pada penelitian ini, YouTube menjadi ruang penyampaian tuturan Zahid Ibrahim kepada audiens.

3.3.5 Media Baru (New Media)

Media baru adalah media digital berbasis internet yang memungkinkan interaksi dan akses informasi cepat. Dalam penelitian ini, YouTube dipandang sebagai media baru yang mempengaruhi cara pesan disampaikan.

3.3.6 Literasi Media

Literasi media adalah kemampuan memahami dan menafsirkan pesan media secara kritis. Pada penelitian ini, konsep ini digunakan untuk melihat bagaimana audiens memahami tuturan literal Zahid Ibrahim.

3.4 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep	Indikator
1	Tindak Tutur Lokusi (Austin & Searle)	<ul style="list-style-type: none"> - Lokusi Deklaratif: Ujaran berupa pernyataan informasi atau fakta terkait isi buku. - Lokusi Interogatif: Ujaran berupa pertanyaan untuk menggali informasi atau refleksi. - Lokusi Imperatif: Ujaran berupa perintah, ajakan, atau larangan terkait pengembangan diri.
2	Konten <i>Self Improvement</i> (Zahid Ibrahim)	<ul style="list-style-type: none"> - Materi Edukasi: Pesan produktivitas dan motivasi dalam ulasan buku. - Literasi Media: Penggunaan bahasa yang lugas dan eksplisit di platform YouTube.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Indikator di atas disusun berdasarkan klasifikasi tindak tutur lokusi dari J.L. Austin sebagai pencetus teori lokusi, serta pengembangan kategori kalimat (deklaratif, interogatif, dan imperatif) oleh John R. Searle. Fokus kategori ini digunakan untuk membedah makna literal dalam setiap tuturan Zahid Ibrahim pada playlist ulasan buku.

3.5 Informan

Penelitian ini tidak menggunakan informan atau narasumber karena fokus kajian adalah pada teks dan bahasa. Sumber data utama dalam penelitian ini

berasal dari akun Zahid Ibahim, di mana data primer diambil langsung dari transkrip tuturan pada video konten *Self Improvement*. Dengan demikian, subjek penelitian ini adalah materi audiovisual yang telah dialihkan ke dalam bentuk teks untuk diidentifikasi tindak tutur lokusnya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari transkrip tuturan pada video konten *self improvement* di akun YouTube Zahid Ibrahim yang menjadi objek kajian. Peneliti mengumpulkan data dengan cara menonton video secara teliti, mencatat setiap ujaran yang disampaikan kreator, lalu mengubahnya ke dalam bentuk teks. Langkah ini memberikan data nyata yang mencerminkan bagaimana tindak tutur lokusi muncul dalam konteks penyampaian pesan. Data primer tersebut menjadi dasar utama untuk menggambarkan makna literal, struktur penyampaian, dan situasi tutur dalam video.

b. Data Sekunder

Data sekunder berasal dari literatur ilmiah yang relevan, seperti buku, artikel jurnal terkini, dan hasil penelitian sebelumnya terkait pragmatik, tindak tutur, komunikasi persuasif, serta media digital. Sumber-sumber ini digunakan untuk memperkuat landasan teori dan membantu peneliti menafsirkan data primer secara lebih tepat. Data sekunder

berperan penting dalam memastikan bahwa analisis dilakukan berdasarkan konsep-konsep yang telah diakui secara akademis dan sesuai dengan perkembangan penelitian terbaru.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menerapkan teknik analisis data model interaktif dari Miles & Huberman, (2010). Proses analisis ini dilakukan melalui tiga tahapan sistematis sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Langkah awal adalah melakukan penyaringan dan penyederhanaan terhadap seluruh transkrip ujaran dari video YouTube Zahid Ibrahim. Peneliti memilah data untuk membuang bagian yang tidak diperlukan dan hanya memfokuskan pada potongan tuturan yang relevan dengan klasifikasi tindak tutur lokusi (berita, tanya, dan perintah).

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah direduksi, data kemudian diorganisasikan ke dalam skema yang sistematis agar pola komunikasinya terlihat jelas. Peneliti menyusun data tersebut dalam bentuk tabel kategorisasi dan narasi deskriptif untuk memaparkan bentuk-bentuk lokusi serta ciri khas bahasa yang digunakan dalam konten *self improvement* tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Pada tahap akhir, melakukan tinjauan mendalam untuk menarik simpulan dari data yang telah disajikan. Proses verifikasi dilakukan guna

memastikan bahwa interpretasi makna literal terhadap tindak tutur lokusi Zahid Ibrahim telah konsisten, objektif, dan valid dalam menjawab tujuan penelitian.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Desember 2025 sampai bulan Maret 2026. Dan lokasi penelitian ini dapat dilakukan di mana saja, karena objek dari penelitian ini merupakan sebuah video konten yang telah diunduh melalui aplikasi YouTube.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah tuturan yang terdapat dalam video pada playlist kanal YouTube Zahid Ibrahim yang membahas mengenai pengembangan diri. Kanal YouTube Zahid Ibrahim merupakan kanal yang menyajikan berbagai konten edukatif yang berkaitan dengan topik *self Improvement* dan juga pengembangan diri.

Melalui kanal tersebut, Zahid Ibrahim menyampaikan berbagai pemikiran, pengalaman, serta motivasi yang berkaitan dengan upaya meningkatkan kualitas diri. Konten yang disampaikan umumnya berbentuk video monolog, yaitu penyampaian materi secara langsung kepada audiens dengan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami.

Playlist yang menjadi fokus penelitian ini berisi beberapa video yang membahas tema pengembangan diri (*self Improvement*). Video-video tersebut dipilih sebagai sumber data penelitian karena memuat tuturan yang berkaitan dengan motivasi, refleksi diri, serta ajakan untuk meningkatkan kualitas diri. Video-video tersebut digunakan sebagai bahan data penelitian untuk dianalisis tuturan yang diucapkan oleh Zahid Ibrahim.

Gambar 4.2 Playlist Kanal YouTube Zahid Ibrahim



Sumber: YouTube Channel Zahid Ibrahim

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kajian pada tuturan yang terdapat dalam video tersebut dengan menggunakan pendekatan pragmatik, khususnya pada kajian tindak tutur lokusi. Analisis dilakukan berdasarkan bentuk kalimat yang digunakan dalam tuturan, yaitu kalimat deklaratif, interogatif, dan imperatif. Ketiga bentuk kalimat tersebut menjadi dasar dalam proses kategorisasi data penelitian untuk mengidentifikasi bentuk tindak tutur lokusi yang digunakan dalam penyampaian pesan mengenai pengembangan diri kepada audiens.

4.1.2 Koding dan Reduksi Data

Setelah data penelitian diperoleh dari video yang terdapat pada playlist kanal YouTube Zahid Ibrahim, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan proses koding dan reduksi data. Tahap ini bertujuan untuk mengelompokkan serta menyederhanakan data yang telah dikumpulkan agar mempermudah proses analisis penelitian.

Pada tahap awal, peneliti menonton video yang terdapat dalam playlist tersebut secara berulang untuk memahami isi tuturan yang disampaikan oleh Zahid Ibrahim. Selanjutnya, peneliti mencatat tuturan-tuturan yang dianggap relevan dengan fokus penelitian, yaitu tuturan yang berkaitan dengan penyampaian pesan mengenai pengembangan diri.

Setelah proses pencatatan data dilakukan, peneliti kemudian melakukan proses koding. Koding merupakan proses pemberian tanda atau kode pada data penelitian untuk mempermudah proses pengelompokan data berdasarkan kategori yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, pemberian kode dilakukan dengan mengklasifikasikan tuturan berdasarkan bentuk kalimat yang digunakan dalam tindak tutur lokusi.

Adapun kode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

DL : Deklaratif

IN : Interogatif

IM : Imperatif

Kode tersebut digunakan untuk mengidentifikasi bentuk tindak tutur lokusi yang terdapat dalam tuturan Zahid Ibrahim. Kalimat deklaratif merupakan kalimat yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pernyataan. Kalimat interogatif merupakan kalimat yang digunakan untuk mengajukan pertanyaan. Sedangkan kalimat imperatif merupakan kalimat yang digunakan untuk menyampaikan perintah, ajakan, atau saran kepada audiens.

Selanjutnya, peneliti melakukan proses reduksi data. Reduksi data merupakan proses pemilihan dan penyederhanaan data yang diperoleh dari hasil

penelitian. Menurut Miles dan Huberman, (2010) reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, serta transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan sehingga data tersebut menjadi lebih terorganisir dan mudah dianalisis.

Pada tahap reduksi data ini, peneliti menyeleksi tuturan-tuturan yang relevan dengan fokus penelitian. Tuturan yang tidak berkaitan dengan analisis tindak tutur lokusi tidak dimasukkan dalam data penelitian. Melalui proses koding dan reduksi data tersebut, data penelitian dapat dikelompokkan secara sistematis sehingga mempermudah peneliti dalam tahap penyajian data dan analisis pada bagian selanjutnya.

4.1.3 Penyajian Data Tindak Tutur Lokusi

Setelah melalui proses koding dan reduksi data, peneliti kemudian menyajikan data tuturan yang diperoleh dari video kanal Zahid Ibrahim yang menjadi objek penelitian. Data yang disajikan merupakan tuturan yang mengandung pesan *self improvement* dan dianggap relevan dengan fokus penelitian. Tuturan tersebut lalu diklasifikasikan berdasarkan bentuk tindak tutur lokusi, yaitu lokusi deklaratif, lokusi interogatif, dan lokusi imperatif. Melalui klasifikasi tersebut, peneliti dapat melihat bagaimana tuturan dalam konten *self improvement* disampaikan secara literal kepada audiens.

Dalam menyajikan data penelitian ini, peneliti menggunakan sistem pengkodean untuk memudahkan klasifikasi data pada setiap video. Adapun rincian kode data yang digunakan adalah sebagai berikut:

Huruf D: Merujuk pada kata 'Data'.

Angka (01, 02, dst): Merujuk pada nomor urut data tuturan yang ditemukan.

Huruf V: Merujuk pada kata 'Video'.

Angka Romawi (I, II, III): Merujuk pada urutan video yang dianalisis.

Sebagai contoh, kode D01/V2 berarti data nomor urut satu yang ditemukan pada video kedua.

1. Video Pertama

Judul Video: Aku selalu pengen jadi sukses. Buku ini malah nyuruh berhenti.

Tanggal Unggah: 12 Mei 2025

Durasi: 12:53 Menit

Gambar 4.3 Video I dari Kanal YouTube Zahid Ibrahim



Sumber: YouTube Channel Zahid Ibrahim

Video pertama ini memberikan gambaran mengenai ulasan buku berjudul *Anything You Want*. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan beberapa tuturan yang mengandung tindak tutur lokusi sebagai berikut:

Tabel 4.2 Temuan Tindak Tutur Lokusi Video I

NO	Kode Data	Menit	Kutipan Tuturan Zahid Ibrahim	Jenis Lokusi
1	D01/V1	00:00:00	"Halo teman-teman, di video kali ini aku pengen ngebahas buku <i>Anything You Want</i> karya Derek Sivers."	Deklaratif (DL)
2	D02/V1	00:03:06	"Apa sebenarnya yang benar-benar beresonansi dengan kita kayak makna hidup kita itu apa sih?"	Interogatif (IN)
3	D03/V1	00:04:18	"Yang harus kita tanyakan adalah apa yang bisa saya kerjakan yang bisa membantu orang dari pekerjaan ini."	Deklaratif (DL)
4	D04/V1	00:09:36	"Nanya ke diri sendiri, ini kita udah jadi yang terbaik belum buat orangnya?"	Interogatif (IN)
5	D05/V1	00:10:43	" <i>Exclude</i> -lah orang-orang dengan bangga, jadi sengajain aja bahwa ini emang orangnya enggak jadi target pasar kita."	Imperatif (IM)
6	D06/V1	00:12:52	"Komen di bawah <i>insight</i> yang paling menarik menurutmu."	Imperatif (IM)

2. Video kedua

Judul Video: Kita nggak bisa ngerjain semua hal. Itu nggak apa-apa.

Tanggal Unggah: 5 Mei 2025

Durasi: 19:52 menit

Gambar 4.4 Video II dari Kanal YouTube Zahid Ibrahim



Sumber: YouTube Channel Zahid Ibrahim

Video kedua yang dianalisis berjudul "Kita nggak bisa ngerjain semua hal.

Itu nggak apa-apa." yang membahas mengenai ulasan buku *Four Thousand*

Weeks. Dalam video ini, peneliti menemukan beberapa data tuturan lokusi yang

berkaitan dengan pesan *self improvement* sebagai berikut:

Tabel 4.3 Temuan Tindak Tutur Lokusi Video II

NO	Kode Data	Menit	Kutipan Tuturan Zahid Ibrahim	Jenis Lokusi
1	D01/V2	00:00:21	"Ada buku yang berbeda dari itu yaitu bukunya Oliver Burkman yang judulnya 4000 Weeks."	Deklaratif (DL)
2	D02/V2	00:02:43	"Pilihlah batasan-batasanmu supaya kamu dibebaskan."	Imperatif (IM)
3	D03/V2	00:06:21	"Kalau misalnya kita mau dapat fokus dalam hidup ini, kita harus belajar mengatakan tidak."	Deklaratif (DL)
4	D04/V2	00:10:07	"Tentukan top lima target terpenting untuk kita."	Imperatif (IM)
5	D05/V2	00:13:51	"Pertanyaannya bukan boleh procrastinate atau enggak, tapi kita kalau	Interogatif (IN)

			misalnya mau <i>procrastinate, procrastinate</i> nya ke hal yang mana?"	
6	D06/V2	00:15:41	"Hati-hati kalau misalnya nonton video <i>self</i> <i>development</i> terlalu banyak kalau misalnya ini itu digunakan sebagai distraksi."	Deklaratif (DL)

3. Video Ketiga

Judul Video: Motivasi udah nggak penting di 2025 (ini yang bekerja sekarang)

Tanggal Unggah: 28 April 2025

Durasi: 19:22 menit

Gambar 4.5 Video III dari Kanal YouTube Zahid Ibrahim



Sumber: YouTube Channel Zahid Ibrahim

Video ketiga ini mengulas buku *Someday is Today* karya Matthew Dicks.

Zahid Ibrahim menekankan bahwa tindakan (*action*) lebih penting daripada menunggu motivasi. Berdasarkan analisis peneliti, berikut adalah temuan data tindak tutur lokusi dalam video tersebut:

Tabel 4.4 Temuan Tindak Tutur Lokusi Video III

NO	Kode Data	Menit	Kutipan Tuturan Zahid Ibrahim	Jenis Lokusi
1	D01/V3	00:00:23	" <i>Someday</i> kita bakal mulai bisnis, <i>someday</i> kita akan mulai belajar skill ini."	Deklaratif (DL)
2	D02/V3	00:01:34	" <i>Insight</i> pertama yang aku dapatin dari buku ini yaitu adalah <i>The 100 Year Old Plan</i> ."	Deklaratif (DL)
3	D03/V3	00:04:40	"Menurut Matthew Dix, kalau misalnya kita mau memaksimalkan produktivitas, kita harus melihat momen <i>in between times</i> ."	Deklaratif (DL)
4	D04/V3	00:06:33	"Gunakanlah <i>saving time</i> sebagai salah satu faktor utama dalam pembuatan keputusan."	Imperatif (IM)
5	D05/V3	00:13:30	" <i>Don't wait for motivation, start without it</i> . Banyak yang dari kita mau apa-apa itu harus ada motivasi dulu"	Imperatif (IM)
6	D06/V3	00:17:08	" <i>Perfection is procrastination in disguise</i> . <i>Perfection</i> atau kesempurnaan adalah bentuk lain penundaan"	Deklaratif (DL)

Berdasarkan penyajian data pada tabel 4.2, 4.3, dan 4.4 di atas, peneliti telah mengumpulkan total 18 data tuturan yang dikategorikan ke dalam bentuk tindak tutur lokusi, yang meliputi kalimat deklaratif, interogatif, dan imperatif.

Data-data tersebut merupakan representasi dari pesan-pesan *self improvement* yang disampaikan oleh Zahid Ibrahim melalui ulasan buku *Anything You Want, Four Thousand Weeks, dan Someday is Today*. Temuan data literal ini selanjutnya akan dibedah dan dianalisis secara mendalam pada sub bab 4.2 Analisis dan Pembahasan guna memahami bagaimana struktur bahasa yang

digunakan Zahid Ibrahim mampu memberikan pengaruh atau pemahaman baru mengenai pengembangan diri bagi para penontonnya.

4.2 Pembahasan

Pada bagian pembahasan ini, peneliti mengulas hasil temuan penelitian mengenai tindak tutur lokusi yang terdapat dalam konten YouTube Zahid Ibrahim pada *playlist* 'Bahas Buku'. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan data yang telah disajikan pada subbab sebelumnya dengan landasan teori pragmatik yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis tindak tutur lokusi dalam penelitian ini berfokus pada bentuk tuturan deklaratif, interogatif, dan imperatif yang digunakan oleh Zahid Ibrahim dalam menyampaikan pesan-pesan pengembangan diri kepada audiens. Tuturan-tuturan tersebut dianalisis berdasarkan makna literal yang terkandung di dalamnya, yaitu bagaimana suatu ujaran menyampaikan informasi secara langsung tanpa penafsiran makna tambahan.

Konsep tindak tutur lokusi merujuk pada pemikiran Searle (1969) yang menjelaskan bahwa lokusi merupakan tindakan mengucapkan sesuatu dengan makna literal sesuai dengan struktur bahasa yang digunakan. Dalam konteks komunikasi, kejelasan pesan menjadi aspek penting agar informasi dapat dipahami secara tepat oleh penerima pesan. Hal ini sejalan dengan pendapat Cangara (2016) yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan secara jelas dan terstruktur.

Dalam media digital seperti YouTube, kejelasan penyampaian pesan juga menjadi faktor penting dalam membangun pemahaman audiens. Penelitian Nurfitrihanah & Ekowati., (2023) menunjukkan bahwa konten edukatif di YouTube yang disampaikan secara jelas dan langsung dapat membantu meningkatkan pemahaman penonton terhadap informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, penggunaan tuturan literal dalam konten Zahid Ibrahim memungkinkan gagasan mengenai *self improvement* atau pengembangan diri dapat dipahami dengan lebih mudah oleh audiens.

Berdasarkan temuan penelitian, tindak tutur lokusi yang muncul dalam konten Zahid Ibrahim dapat diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk utama, yaitu lokusi deklaratif, lokusi interogatif, dan lokusi imperatif. Ketiga bentuk lokusi tersebut akan dibahas lebih lanjut pada bagian berikut.

4.2.1 Lokusi Deklaratif dalam Konten *Self Improvement* Zahid Ibrahim

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada tabel temuan data sebelumnya, ditemukan beberapa tuturan Zahid Ibrahim yang termasuk dalam bentuk tindak tutur lokusi deklaratif. Lokusi deklaratif merupakan tuturan yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, penjelasan, atau pernyataan secara langsung kepada audiens. Dalam konteks konten *self improvement*, tuturan deklaratif digunakan untuk menjelaskan gagasan, pengalaman, serta konsep pengembangan diri yang dibahas oleh Zahid Ibrahim dalam video.

Salah satu contoh lokusi deklaratif terdapat pada data D01/V1 yang berbunyi “Halo teman-teman, di video kali ini aku pengen ngebahas *buku Anything You Want karya Derek Sivers.*” Tuturan tersebut merupakan bentuk

lokusi deklaratif karena menyampaikan informasi mengenai topik yang akan dibahas dalam video. Secara literal, Zahid Ibrahim memperkenalkan buku yang menjadi bahan pembahasan dalam video tersebut. Tuturan ini berfungsi memberikan konteks kepada audiens mengenai isi pembahasan yang berkaitan dengan gagasan pengembangan diri yang terdapat dalam buku tersebut.

Contoh lainnya dapat dilihat pada data D03/V2 yaitu “Kalau misalnya kita mau dapat fokus dalam hidup ini, kita harus belajar mengatakan tidak.” Tuturan ini termasuk lokusi deklaratif karena berbentuk pernyataan yang menyampaikan informasi mengenai pentingnya menetapkan batasan dalam kehidupan. Dalam konteks *self improvement*, pernyataan tersebut menekankan bahwa kemampuan untuk mengatakan tidak terhadap hal-hal yang tidak penting merupakan salah satu cara untuk menjaga fokus terhadap tujuan hidup yang ingin dicapai.

Lokusi deklaratif juga ditemukan pada data D01/V3 yang berbunyi “*Someday* kita bakal mulai bisnis, *someday* kita akan mulai belajar *skill* ini.” Tuturan ini menyampaikan gambaran mengenai kebiasaan seseorang yang sering menunda rencana dengan alasan akan melakukannya di masa depan. Secara literal, kalimat tersebut menjelaskan pola pikir yang sering muncul ketika seseorang menunda tindakan. Dalam konteks *self improvement*, pernyataan ini menunjukkan pentingnya kesadaran untuk tidak terus menunda tindakan dan mulai melakukan perubahan secara nyata.

Contoh lainnya terdapat pada data D06/V3 yang berbunyi “*Perfection is procrastination in disguise. Perfection* atau kesempurnaan adalah bentuk lain penundaan.” Tuturan ini merupakan lokusi deklaratif karena memberikan

penjelasan secara langsung mengenai hubungan antara perfeksionisme dan kebiasaan menunda pekerjaan. Secara literal, kalimat tersebut menyampaikan informasi bahwa keinginan untuk melakukan sesuatu secara sempurna sering kali justru menjadi alasan seseorang menunda tindakan. Dalam konteks *self improvement*, pernyataan ini mendorong audiens untuk lebih berani mengambil tindakan tanpa harus menunggu segala sesuatu menjadi sempurna.

Berdasarkan beberapa temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan lokusi deklaratif dalam konten Zahid Ibrahim berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan gagasan, informasi, serta penjelasan mengenai konsep pengembangan diri kepada audiens. Tuturan yang bersifat informatif ini membantu penonton memahami pesan *self improvement* secara lebih jelas dan langsung, sehingga audiens dapat menangkap makna yang ingin disampaikan oleh kreator tanpa memerlukan penafsiran yang kompleks.

4.2.2 Lokusi Interogatif dalam Konten *Self Improvement* Zahid Ibrahim

Selain tuturan deklaratif, penelitian ini juga menemukan penggunaan tindak tutur lokusi dalam bentuk interogatif pada beberapa bagian video yang dianalisis. Lokusi interogatif merupakan tuturan yang berbentuk pertanyaan yang secara literal digunakan untuk meminta informasi atau memancing respons dari mitra tutur. Dalam konteks konten *self improvement*, tuturan interogatif sering digunakan untuk mengajak audiens melakukan refleksi terhadap diri sendiri.

Salah satu contoh lokusi interogatif terdapat pada data D02/V1 yang berbunyi “Apa sebenarnya yang benar-benar beresonansi dengan kita kayak makna hidup kita itu apa sih?” Tuturan ini berbentuk pertanyaan yang secara

literal menanyakan mengenai makna hidup yang dirasakan oleh seseorang. Dalam konteks self improvement, pertanyaan tersebut berfungsi untuk mendorong audiens melakukan refleksi diri mengenai tujuan hidup serta nilai-nilai yang dianggap penting dalam kehidupan mereka.

Contoh lain dapat dilihat pada data D04/V1 yang berbunyi “Nanya ke diri sendiri, ini kita udah jadi yang terbaik belum buat orangnya?” Tuturan ini juga termasuk lokusi interogatif karena berbentuk pertanyaan yang diarahkan kepada diri sendiri. Secara literal, kalimat tersebut mengajak seseorang untuk mengevaluasi apakah dirinya sudah memberikan yang terbaik bagi orang lain. Dalam konteks pengembangan diri, pertanyaan tersebut dapat memicu kesadaran serta introspeksi pribadi mengenai sikap dan perilaku yang dimiliki.

Lokusi interogatif juga ditemukan pada data D05/V2 yaitu “Pertanyaannya bukan boleh *procrastinate* atau enggak, tapi kita kalau misalnya mau *procrastinate*, *procrastinatenya* ke hal yang mana?” Tuturan ini berfungsi untuk mengajak audiens berpikir mengenai bagaimana cara mengelola kebiasaan menunda pekerjaan. Secara literal, pertanyaan tersebut mengarahkan audiens untuk mempertimbangkan aktivitas apa yang seharusnya diprioritaskan ketika mereka memilih untuk menunda suatu pekerjaan.

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan lokusi interogatif dalam konten Zahid Ibrahim tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pertanyaan biasa, tetapi juga sebagai strategi komunikasi untuk mendorong audiens melakukan refleksi diri. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan

membantu penonton mempertimbangkan kembali pilihan, prioritas, serta tindakan yang berkaitan dengan proses pengembangan diri.

4.2.3 Lokusi Imperatif dalam Konten *Self Improvement* Zahid Ibrahim

Selain bentuk deklaratif dan interogatif, penelitian ini juga menemukan penggunaan tindak tutur lokusi dalam bentuk imperatif pada beberapa tuturan yang disampaikan oleh Zahid Ibrahim. Lokusi imperatif merupakan tuturan yang secara literal mengandung unsur perintah, ajakan, atau dorongan kepada mitra tutur untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Dalam konteks konten *self improvement*, tuturan imperatif sering digunakan untuk memberikan arahan kepada audiens mengenai langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam proses pengembangan diri.

Salah satu contoh lokusi imperatif terdapat pada data D05/V1 yang berbunyi “*Exclude*-lah orang-orang dengan bangga, jadi sengajain aja bahwa ini emang orangnya enggak jadi target pasar kita.” Tuturan tersebut termasuk lokusi imperatif karena mengandung ajakan kepada audiens untuk berani menentukan batasan terhadap orang-orang yang tidak sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Secara literal, kalimat tersebut mendorong seseorang untuk lebih selektif dalam menentukan lingkungan atau target yang ingin dicapai. Dalam konteks *self improvement*, pesan ini menekankan pentingnya fokus pada hal-hal yang benar-benar relevan dengan tujuan hidup.

Contoh lainnya dapat dilihat pada data D02/V2 yaitu “Pilihlah batasan-batasanmu supaya kamu dibebaskan.” Tuturan ini merupakan bentuk imperatif karena mengandung ajakan langsung kepada audiens untuk menentukan batasan

dalam kehidupan. Secara literal, kalimat tersebut mendorong seseorang untuk menetapkan prioritas dalam hidup agar tidak terjebak dalam terlalu banyak pilihan atau aktivitas. Dalam konteks pengembangan diri, penetapan batasan dapat membantu seseorang lebih fokus pada hal-hal yang benar-benar penting.

Lokusi imperatif juga muncul pada data D04/V2 yang berbunyi “Tentukan top lima target terpenting untuk kita.” Tuturan ini mengandung ajakan kepada audiens untuk menentukan prioritas tujuan yang ingin dicapai. Secara literal, kalimat tersebut memberikan arahan kepada seseorang untuk memilih beberapa target utama dalam hidupnya. Dalam konteks *self improvement*, penentuan prioritas merupakan langkah penting agar seseorang dapat lebih fokus dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Selain itu, pada data D04/V3 terdapat tuturan “Gunakanlah *saving time* sebagai salah satu faktor utama dalam pembuatan keputusan.” Tuturan ini termasuk lokusi imperatif karena berisi ajakan kepada audiens untuk mempertimbangkan efisiensi waktu dalam mengambil keputusan. Dalam konteks pengembangan diri, pengelolaan waktu merupakan salah satu aspek penting yang dapat membantu seseorang meningkatkan produktivitas serta kualitas hidup.

Contoh lainnya dapat dilihat pada data D05/V3 yang berbunyi “*Don't wait for motivation, start without it.*” Tuturan ini secara langsung mendorong audiens untuk segera mengambil tindakan tanpa harus menunggu motivasi terlebih dahulu. Secara literal, kalimat tersebut mengajak seseorang untuk memulai suatu tindakan meskipun belum merasa termotivasi. Dalam konteks *self improvement*, pesan ini

menekankan bahwa tindakan nyata sering kali lebih penting daripada sekadar menunggu dorongan motivasi.

Berdasarkan beberapa temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa lokusi imperatif dalam konten Zahid Ibrahim berfungsi sebagai bentuk ajakan atau dorongan kepada audiens untuk melakukan tindakan yang berkaitan dengan pengembangan diri. Melalui tuturan imperatif, Zahid Ibrahim tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberikan arahan praktis yang dapat membantu audiens dalam menerapkan prinsip-prinsip *self improvement* dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab ini, dapat diketahui bahwa tuturan yang disampaikan oleh Zahid Ibrahim dalam konten YouTube pada *playlist* Bahas Buku mengandung berbagai bentuk tindak tutur lokusi. Tuturan-tuturan tersebut disampaikan secara literal melalui kalimat deklaratif, imperatif, dan interogatif yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, memberikan arahan, serta mengajak audiens melakukan refleksi diri. Penggunaan bentuk tuturan tersebut menunjukkan bahwa penyampaian pesan mengenai *self improvement* dalam konten tersebut dilakukan secara jelas dan mudah dipahami oleh audiens.

BAB V

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis tindak tutur lokusi pada konten YouTube Zahid Ibrahim dalam *playlist Bahas Buku*, dapat disimpulkan bahwa tuturan yang digunakan dalam video tersebut mengandung berbagai bentuk tindak tutur lokusi yang berfungsi untuk menyampaikan pesan pengembangan diri kepada audiens. Penelitian ini menganalisis beberapa tuturan yang dipilih dari tiga video dalam *playlist* tersebut, yang kemudian diklasifikasikan berdasarkan bentuk tindak tutur lokusi sesuai dengan kerangka teori pragmatik.

Hasil analisis menunjukkan bahwa tuturan Zahid Ibrahim dalam konten tersebut dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk tindak tutur lokusi, yaitu lokusi deklaratif, lokusi interogatif, dan lokusi imperatif. Lokusi deklaratif merupakan bentuk tuturan yang paling banyak ditemukan dalam penelitian ini. Tuturan deklaratif digunakan oleh Zahid Ibrahim untuk menyampaikan informasi, menjelaskan gagasan, serta menguraikan konsep-konsep yang berkaitan dengan pengembangan diri. Melalui bentuk tuturan ini, Zahid Ibrahim memberikan pemahaman kepada audiens mengenai berbagai pemikiran yang diperoleh dari buku-buku yang dibahas dalam konten tersebut.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan penggunaan lokusi interogatif yang berfungsi sebagai pertanyaan yang mendorong audiens untuk melakukan refleksi terhadap diri mereka sendiri. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan

tidak hanya bertujuan untuk meminta jawaban secara langsung, tetapi juga untuk mengajak audiens memikirkan kembali pengalaman, tujuan hidup, serta keputusan yang mereka ambil dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, tuturan interogatif dalam konten tersebut memiliki peran penting dalam memicu proses refleksi diri yang merupakan bagian dari proses *self improvement*.

Di samping itu, lokusi imperatif juga ditemukan dalam beberapa tuturan yang disampaikan oleh Zahid Ibrahim. Tuturan imperatif digunakan untuk memberikan dorongan, arahan, atau ajakan kepada audiens agar melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan pengembangan diri. Melalui bentuk tuturan ini, Zahid Ibrahim tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong audiens untuk menerapkan gagasan yang dibahas dalam kehidupan mereka.

Secara keseluruhan, penggunaan berbagai bentuk tindak tutur lokusi tersebut menunjukkan bahwa penyampaian pesan *self improvement* dalam konten YouTube Zahid Ibrahim dilakukan secara jelas, langsung, dan mudah dipahami oleh audiens. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan dalam konten digital dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan edukatif serta mendorong audiens untuk melakukan refleksi dan pengembangan diri.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kualitas penyampaian pesan *self improvement* dalam konten digital, kreator konten diharapkan dapat menggunakan

bahasa yang lebih komunikatif, jelas, dan mudah dipahami oleh audiens sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penonton.

2. Penelitian mengenai penggunaan bahasa dalam media digital diharapkan dapat terus dikembangkan dengan mengkaji berbagai jenis konten lainnya, seperti konten edukasi, motivasi, maupun konten pengembangan diri yang terdapat pada berbagai platform media sosial.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian tidak hanya pada tindak tutur lokusi, tetapi juga pada jenis tindak tutur lainnya seperti tindak tutur ilokusi dan perlokusi, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai penggunaan bahasa dalam konten media digital.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kajian pragmatik, khususnya mengenai analisis tindak tutur dalam media sosial maupun platform digital lainnya.
5. Bagi penulis sendiri, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman dan pembelajaran dalam melakukan penelitian ilmiah. Ke depannya penulis diharapkan dapat lebih teliti dan cermat dalam melakukan penelitian sehingga mampu mengembangkan kajian yang lebih luas serta memberikan kontribusi pengetahuan bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, M. D., Muslihati, M., & Indreswari, H. (2022). Pengembangan Media Bimbingan Konten Video Youtube untuk Meningkatkan Self-Acceptance Siswa SMP yang Mengalami Insecurity. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, Dan Pengelolaan Pendidikan*, 2(2), 134–142. <https://doi.org/10.17977/UM065V2I22022P134-142>
- Austin, J. L. (1999). How to Do Things with Words. In *How to Do Things with Words*. <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674411524>
- Baqita, J. (2024). SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR SELF-AWARENESS SEARCH THROUGH YOUTUBE CONTENT RINTIK SEDU. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 24(01), 229–249. <https://doi.org/10.21274/DINAMIKA.2024.24.01.229-249>
- Cutting, J., & Fordyce, K. (2020). *Pragmatics : A Resource Book for Students*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003010043>
- Djajasudarma, F. (2021). *Semantik Bahasa Indonesia*. PT Refika Aditama.
- Flew, Terry., & Smith, Richard. (2021). *New media : an introduction*. Oxford University Press. https://books.google.com/books/about/New_Media.html?id=U0gRzgEACA-AJ
- Hobbs, Renee. (2011). *Digital and Media Literacy : Connecting Culture and Classroom*. Corwin Press. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/book/digital-and-media-literacy>
- Huda, N., & Ginting, L. S. D. Br. (2022). KAJIAN PRAGMATIK: PENGGUNAAN DAN PENYIMPANGAN PRINSIP KESANTUNAN BERBAHASA DALAM UNGGAHAN SELASAR MAK BETI. *Bahterasia : Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2), 206–212. <https://doi.org/10.30596/JPBSI.V3I2.11526>
- Keraf, G. (2006). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama J. https://books.google.com/books/about/Diksi_dan_Gaya_Bahasa.html?id=2zm9pAbUHP8C
- Leech, G. (2016). Principles of Pragmatics. *Principles of Pragmatics*, 1–250. <https://doi.org/10.4324/9781315835976/PRINCIPLES-PRAGMATICS-GEOFFREY-LEECH/RIGHTS-AND-PERMISSIONS>

- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2008). *New Media : A Critical Introduction*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203884829>
- Lubis, C. A., & Nasution, N. (2025). Struktur Naratif Iklan Kebaikan Melampaui Batasan pada YouTube Pertamina. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 4(2), 109–116. <https://doi.org/10.30596/KESKAP.V4I2.26104>
- Melisa, R. C., Laksono, A. A., Rohmah, U. F., Putra, A. I. P., Ningrum, S. C., Utomo, A. P. Y., Kesuma, R. G., & Yulianti, U. H. (2025). Analisis Tindak Tutur Lokusi pada Video Kuliah Bisnis dalam Kanal YouTube Kuliah Kehidupan. *Intellektika : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 342–368. <https://doi.org/10.59841/INTELLEKTIKA.V3I1.2297>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2010). *Qualitative Data Analysis. An Expanded Sourcebook*, 3, 338pp. <https://doi.org/10.1080/0140528790010406>
- Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/197567/slug/ilmu-komunikasi-suatu-pengantar.html>
- Pahlevi Hidayat, F., & Hamzah Lubis, F. (2021). Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5564>
- Pahlevi Hidayat, F., Hardiyanto, S., Hamzah Lubis, F., & Adhani, A. (2023). Kemampuan Literasi Media Sebagai Upaya Mengantisipasi Cybercrime Pada Remaja di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 13–25. <https://doi.org/10.30596%2Finteraksi.v7i1.12094>
- Nurfitriah, K. M., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Terpaan Konten Youtube 1% Indonesian Life School Terhadap Pengetahuan Kesehatan Mental. *Ikon -- Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 28(1), 60–66. <https://doi.org/10.37817/IKON.V29I1.2923>
- Potter, W. James. (2013). *Media literacy*. Sage Publications. https://books.google.com/books/about/Media_Literacy.html?id=TtMwJ85nK2UC
- Hafied Cangara, (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi - Hafied Cangara- Edisi Kelima - Rajagrafindo Persada* (Raja Grafindo Persada Jakarta, Ed.).
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173438>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. https://www.academia.edu/130330390/METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_R_and_D_Prof_Dr_Sugiyono
- Thifaliawan, C. N., Suseno, N. S., & Pratiwi, R. M. (2025). Efektivitas Konten Motivasi Youtube GreatMindIndonesia On Marissa's Mind dalam Meningkatkan Semangat Hidup Penonton. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 692–705. <https://doi.org/10.54259/MUKASI.V4I3.4886>
- Wulandari, I., Zelfia, Z., & Idris, M. (2022). Analysis Of YouTube Content “Menjadi Manusia” On The Emotional Intelligence Of The Community In Biringkanaya District City Of Makassar. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 3(3), 188–195. <https://doi.org/10.33096/RESPON.V3I3.121>