

Etika Berbicara Dalam Promosi Film A Business Proposal: Kajian Pragmatik Atas Ujaran Abidzar

Najwa Syalsabilla¹ Nancy Siagian² Arya Dwi Andika³ Devi Silaban⁴ Safinatul Hasanah Harahap⁵

Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: nazwasyalsabilla8@gmail.com¹ nencysiagian04@gmail.com² aryadwiandika95@gmail.com³ devisilaban234@gmail.com⁴ finahrp@gmail.com⁵

Abstract

This research aims to analyze the use of language in communicating or conveying a statement in Abidzar's interview during the promotion of the film A Business Proposal using Pragmatic theory. The research method used is qualitative by looking at how language structure, word choice and social context contribute to the promotion of the film A Business Proposal. The analytical data used is in the form of promotional interview recordings, news and videos that have circulated on the internet. The results of this research show how much language Abidzar uses when carrying out promotions. This research can provide an overview of speaking etiquette and word choice in good communication.

Keywords: Pragmatics, Promotion

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa dalam berkomunikasi atau menyampaikan sebuah statement di wawancara Abidzar pada promosi film A Business Proposal dengan teori Pragmatik. Metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif dengan melihat bagaimana struktur bahasa, pilihan kata dan konteks sosialnya berkontribusi dalam promosi film A Business Proposal. Data analisis yang digunakan berupa rekaman wawancara promosi, berita, dan video yang telah beredar di internet. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana kebahasaan yang digunakan oleh Abidzar saat melakukan promosi. Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana etika berbicara dan pemilihan kata dalam berkomunikasi yang baik.

Kata Kunci: Pragmatik, Promosi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Promosi memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan sebuah film di pasar global. Salah satu faktor utama dalam strategi promosi adalah komunikasi yang efektif antara pembuat film dan audiens. Dalam hal ini, etika berbicara menjadi aspek krusial yang memengaruhi efektivitas penyampaian pesan. Etika berbicara dalam promosi film mencakup penggunaan bahasa yang sopan, informatif, dan persuasif tanpa melanggar norma sosial maupun budaya. Penggunaan bahasa yang tidak etis, seperti bahasa yang provokatif, menyesatkan, atau diskriminatif, berpotensi merusak citra film serta memicu kontroversi di kalangan penonton. Oleh karena itu, analisis terhadap penggunaan bahasa dalam promosi film menjadi penting untuk memahami strategi komunikasi yang efektif dalam industri perfilman. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji etika berbicara dalam promosi film remake A Business Proposal melalui pendekatan pragmatik dan metode kualitatif. Pendekatan pragmatik digunakan untuk menganalisis bagaimana bahasa dimanfaatkan dalam konteks promosi, termasuk makna tersirat, implikatur, serta strategi kesantunan yang berperan dalam membentuk persepsi penonton. Sementara itu, metode kualitatif memungkinkan analisis mendalam terhadap berbagai materi promosi film ini, seperti trailer, wawancara pemain, serta

unggahan di media sosial. Dengan mengkaji aspek pragmatik dalam komunikasi promosi film, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana strategi kebahasaan yang digunakan dapat mempengaruhi daya tarik film serta citra industri perfilman secara lebih luas.

Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup video wawancara promosi film remake *A Business Proposal*, berita terkait, video yang beredar di internet, serta tanggapan publik yang diambil dari komentar pada video promosi. Pengumpulan data dilakukan secara daring, meliputi komentar netizen, tanggapan aktor dan aktris yang tersebar di internet, serta analisis video wawancara promosi. Selain itu, penelitian ini juga membandingkan strategi promosi yang dilakukan oleh Abidzar dengan aktor atau aktris lain. Selain itu, penelitian ini juga akan menelusuri potensi pelanggaran etika berbicara dalam promosi remake *A Business Proposal* serta dampaknya terhadap citra film. Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pentingnya penggunaan bahasa yang beretika dalam komunikasi pemasaran film serta bagaimana penerapan strategi komunikasi yang tepat dapat berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah film di pasar global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena berfokus pada pemahaman mendalam tentang makna dan interpretasi bahasa dalam konteks sosial untuk mendalami penelitian fenomena bahasa pada wawancara promosi film *A Business Proposal*. Penelitian ini mencakup tentang bagaimana penggunaan bahasa dalam mempromosikan sebuah film. Penelitian ini mengkaji bagaimana bahasa dapat mempengaruhi efektivitas promosi film. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup: Video wawancara promosi film *A Business Proposal*, Berita terkait promosi film, Video Abidzar yang beredar di internet mengenai promosi film *A Business Proposal* dan Tanggapan publik yang diambil dari komentar netizen mengenai ucapan promosi Abidzar. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui observasi terhadap video wawancara promosi film *A Business Proposal*, komentar netizen, tanggapan dari aktor dan aktris yang beredar di internet, serta perbandingan Abidzar dengan aktor atau aktris mengenai promosi film.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Bahasa yang Tidak Sesuai dengan Etika Berbicara

Dari analisis wawancara dan promosi film adaptasi *A Business Proposal* versi Indonesia, peneliti menemukan Abidzar, pemeran utama film ini menggunakan bahasa yang kurang sesuai dengan etika berbicara dalam konteks promosi film. *"Iya gue sempat nonton diepisode satu, cuma memutuskan untuk berhenti karena pada akhirnya ini adalah karakter yang akan gue bangun sendiri bersama director, gue ngga pengen dibikin plek ketiplek juga,"* Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Abidzar memilih untuk tidak terlalu tersentuh dengan versi Korea Selatan nya, ia juga memilih untuk membangun karakter sendiri dengan dukungan dari director. Dalam konteks film adaptasi, aktor yang memerankan harus dapat memahami karakter versi asli agar tetap mempertahankan esensi tokoh yang sudah dikenal oleh penonton. Keputusannya untuk tidak mengikuti versi asli ini dapat berdampak bahwa ia kurang menghargai versi asli, terutama bagi penggemar yang sudah familiar dengan drama korea *A Business Proposal*. Dalam adaptasi film, aktor memiliki kebebasan untuk memberikan kesan baru terhadap karakter, namun tentunya harus mempunyai ekspetasi pada elemen-elemen kunci dari tokoh tersebut akan dipertahankan.

Selain itu, frasa, *"gue ngga pengen dibikin plek ketiplek juga,"* menunjukkan bahwa ia ingin menjaga orisinalitas perannya. Namun, pendekatan tersebut dapat menimbulkan kontraproduktif jika sangat jauh dari karakter versi aslinya, hal ini dapat menyebabkan

kurangnya daya tarik bagi penonton yang mengharapkan kemiripan dengan versi sebelumnya. Oleh sebab itu dalam adaptasi film harus ada keseimbangan antara kreativitas aktor dalam mengembangkan peran dengan tetap mempertahankan ciri khas karakter yang sudah ada agar film dapat diterima dengan baik oleh penggemar lama maupun penonton baru. Promosi film *A Business Proposal* juga dilakukan di podcast youtube IDN TIMES, sebuah media yang bergerak dibidang kejournalistikan. Dalam podcast tersebut Abidzar diberi pertanyaan tentang tanggapannya terhadap komentar negatif dan positif dari netizen. *"Gaada yang gua inget sih. Ngapain juga diinget inget. Mereka juga ga bakal diundang nanti premiere"* Pernyataan tersebut mencerminkan aspek pragmatik dalam komunikasi, terutama terkait implikatur, maksim kerja sama, dan kesantunan berbahasa dalam konteks promosi film. Frasa, *"ga ada yang gue inget sih,"* menunjukkan bahwa komentar netizen dianggap tidak penting. *"Mereka juga ga bakal diundang nanti premiere,"* dapat peneliti artikan sebagai sikap eksklusif dan tidak menghargai publik yang akan menonton filmnya.

Potensi Gangguan Terhadap Strategi Promosi Film

Beredar juga cuplikan video podcast Abidzar saat promosi film di Youtube Pabrik Jaya Media. Host podcast tersebut memberikan pertanyaan terkait tanggung jawab dalam memerani tokoh utama dalam film adaptasi. *"Cukup beban.. menurut gue, ditambah juga tau lah ya fans fanatiknya seperti apa,"* jawaban dari Abidzar tersebut dapat menimbulkan potensi gangguan terhadap film yang akan tayang dari perspektif pragmatik.

1. Potensi kesalahpahaman audiens. Pernyataan tersebut dapat disimpulkan secara berbeda-beda tergantung kelompok audiens tersebut. Dalam pragmatik, hal ini berkaitan dengan implikatur, yaitu makna tidak langsung yang bisa diambil dari sebuah ujaran. Beberapa kelompok bisa memahami pernyataan tersebut sebagai ujaran yang bersifat keluhan atau rasa tidak nyaman terhadap peran yang dimainkan. Hal ini bisa menyebabkan kesan negatif terhadap film. *"Fans fanatik,"* yang diujar dalam pernyataan ini dapat menimbulkan rasa tersinggung dan tidak dihargai, sehingga dapat menyebabkan kontroversi di media sosial yang berpotensi merugikan film.
2. Dampak strategi komunikasi pada promosi film. Dalam promosi film, sangat diperlukan komunikasi yang baik dari aktor, sutradara, atau tim produksi seharusnya dapat membangun citra positif dalam film. Meskipun pernyataan Abidzar mungkin tidak bermaksud melakukan pencemaran nama baik film atau penggemarnya, namun juga dapat menciptakan presuposisi negatif, yaitu audiens beranggapan bahwa memainkan tokoh utama dalam film ini merupakan sebuah beban yang berat, dan fans fanatifnya memiliki karakteristik tertentu yang bisa menimbulkan perasaan negatif.

Ekspresi dan Kesopanan dalam Wawancara Adaptasi Drama *A business Proposal*

Wajah merupakan bentuk pribadi seseorang dalam masyarakat. Wajah merujuk pada makna sosial dan emosional itu sendiri yang di mana setiap orang mempunyai dan mengharapkan orang lain untuk mengetahui apa yang ingin disampaikan. Secara lazim, kesopanan pada interaksi dapat diartikan sebagai alat yang digunakan untuk mengetahui kesadaran tentang wajah orang lain. Kesopanan bisa disempurnakan dengan kondisi kejauhan dan kedekatan sosial. Memperlihatkan kesadaran wajah orang lain ketika mereka tampak jauh secara sosial dapat dideskripsikan dalam kaitannya dengan keakraban, persahabatan, atau kesetia-kawanan. Saat melakukan wawancara ataupun tampil pada acara tertentu, kita dapat memperhatikan keinginan wajah positif atau wajah negatif mereka. Wajah negatif seseorang ialah keinginan untuk merdeka yang cenderung memperlihatkan rasa hormat yang manipulatif, menekankan pentingnya minat dan waktu orang lain, dan bahkan termasuk permintaan maaf

atas pemaksaan atau penyelaan tindakan, ini disebut dengan kesopanan negatif. Tindakan yang berkenaan dengan wajah positif seseorang akan cenderung menunjukkan rasa kesetia-kawanan, menetapkan bahwa kedua penutur mengharapkan suatu hal yang sama, dan mereka memiliki suatu tujuan bersama. Tindakan semacam ini juga disebut kesopanan positif. Pada wawancara pelakon drama adaptasi *A Business Proposal* di channel Youtube IDN TIMES yang berjudul *Casting A business Proposal Pro-Kontra, Abidzar Ragu karena Beda Usia sama Ariel Tatum*, Abidzar menunjukkan ekspresi yang kurang menyenangkan. *"Abis cukup beban.. menurut gua. ditambah juga tau lah ya fans fanatiknya seperti apa"* (menit 11.32)

Jawaban Abidzar ini menuai banyak kritikan. Ekspresi menantang dan kalimat yang sensitif memberikan tuaian buruk dari para pencinta drama. Publik menganggap bahwa Abidzar tidak profesional dalam memerankan tokoh yang diadaptasi, namun Abidzar memberikan jawaban yang tidak mendukung dan bersikap santai. *"Ga ada yang gua inget sih, ngapain juga di inget-inget, mereka juga gak bakal diudang nanti di premier"* (menit 11.56) Abidzar memberikan jawaban tersebut dengan ekspresi yang membuat para penonton menjadi emosi. Kalimat yang dilontarkan serta ekspresi kurang menyenangkan, memicu kritikan dari para publik. Raut wajah yang santai dan perkataan yang kurang profesional, memberikan kesan buruk untuk publik, karena secara tidak langsung Abidzar memperlihatkan sisi kesombongannya yang tidak menerima kritikan dari publik. Dampak terhadap citra film, di mana komentar negatif tentang promosi dapat mempengaruhi minat calon penonton. Dalam konteks komunikasi, tokoh yang dibahas adalah George Yule, yang mengemukakan teori konsep wajah. Konsep wajah ini berkaitan dengan citra diri (self-image) individu dalam interaksi sosial. Yule menjelaskan bahwa wajah memiliki dua aspek: wajah positif, yang mencakup kebutuhan untuk diterima dan disukai, serta wajah negatif, yang mencakup kebutuhan untuk merdeka dan tidak tertekan oleh orang lain. Dalam komunikasi, penting untuk memahami dan menjaga wajah orang lain agar interaksi berjalan harmonis. (Wijana, 2009:60).

KESIMPULAN

Terminologi "etika" secara etimologis berasal dari Yunani, "ethos," yang berarti "custom" atau kebiasaan yang berkaitan dengan tindakan atau tingkah laku manusia, juga dapat berarti "karater" manusia (keseluruhan cetusan perilaku manusia dalam perbuatannya) (Sari, 2020 : 129). Setiap individu mempunyai etika karena berfungsi untuk membantu manusia mengambil tindakan yang tepat. Etika sangat membantu apabila kita ingin mengambil sebuah keputusan tentang apa tindakan yang perlu dilakukan dan apa yang perlu kita pahami bersama bahwa etika dapat diterapkan di dalam segala aspek kehidupan, dengan begitu etika ini dapat dibagi-bagi menjadi beberapa kategori sesuai dengan sisi atau aspek kehidupan manusia (Fatimah, 2023 : 273). Pada hal ini terdapat etika berbicara yang mengarah pada prinsip-prinsip moral dan norma yang mengatur individu berkomunikasi secara lisan dengan orang lain. Dengan adanya etika berbicara membuat manusia dapat mengungkapkan pikiran, pendapat, dan perasaan diri sendiri kepada orang lain dengan cara yang lebih sopan dan bertanggung jawab. Etika berbicara mempunyai aspek-aspek, yaitu meliputi:

1. Kejujuran: berbicara sesuai kebenaran dan tidak menyebarkan informasi palsu
2. Kesopanan: menggunakan bahasa yang santun dan menghindari kata-kata kasar
3. Empati: memikirkan perasaan orang lain sebelum mengutarakan ucapan
4. Ketepatan waktu dan konteks: mengetahui kapan waktunya berbicara dan apa yang tepat dibicarakan dalam situasi tertentu

Indonesia memiliki budaya yang masih menjunjung tinggi konsep tata krama, terutama saat berbicara dengan yang lebih tua dan memiliki status sosial yang lebih tinggi. Kini etika berbicara juga mencakup komunikasi di media sosial dan platform digital lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- IDN TIMES. Casting A Business Proposal Pro-Kontra, Abidzar Ragu karena Beda Usia sama Ariel Tatum. 21:41. 2025/01/27. https://youtu.be/JVRGHNhgoE?si=pXV2QejQ7df47X_Q
- Jampel, I. N., Sudhita, I. W. R., & Suartama, I. K. (2016). Komunikasi Massa. Ganesha University of Education.
- Khairani, A. N. (2015). Representasi Citra Diri Jokowi Dalam Film "Jokowi Representation Of Jokowi's Self-Image In Film "Jokowi. Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2(1), 1-15.
- L. (2017). Resepsi Analisis Informasi Kreatif dan Pengetahuan Lokal dalam Film Dokumenter (Studi Kasus Resepsi Analisis dalam Film Dokumenter "The First Impression")
- Nadar, F. X. 2009. *Pragmatik dan Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Oktaviani, A. T. (2010). Kemandirian Anak Autis. Surabaya: IAIN Sunan Ampel.
- Rachela, O. ; Fatharani, B., Studi, P., & Komunikasi, I. (n.d.). Analisis Resepsi tentang ... (Rachela Belinda Fatharani) Analisis Resepsi Tentang Citra Publik Perempuan Dalam Film Critical Eleven Reception Analysis Of Women's Public Image In The Critical Eleven" Movie
- Sholeha, V. (2015). Pelaksanaan Pembelajaran Tauhid di TK Khalifah Wirobrajan. Pendidikan Guru PAUD S-1.
- Situs Online Harianjogja.com. (2023). Pengaruh Kuat Film pada Perubahan Sosial. Dikutip dari <https://leisure.harianjogja.com/read/2023/10/22/509/1151258/pengaruhkuat-film-pada-perubahan-sosial>.
- Suparno, B. A., Muktiyo, W., & Susilastuti DN, S. D. N. (2016). Media Komunikasi Representasi Budaya dan Kekuasaan. UNS Press.
- Wijana, I dewa Putu dan Rohmadi, M. 2009. *Analisis Wacana Pragmatik*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Yones, A. P. (2021). Citra Diri Perempuan Yang Menikah Muda Di Desa Gunung Menang Kecamatan Penukal Kabupaten Pali Sumatra Selatan. Palembang: Universitas Raden Fatah.
- Yule, George. 2014. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar