

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Menurut Mailani et al. (2022) bahasa merupakan alat komunikasi yang paling efektif bagi manusia untuk menyampaikan pesan, pikiran, perasaan, dan tujuan kepada orang lain. Melalui bahasa, manusia dapat membangun kerja sama dan interaksi sosial, sehingga bahasa memegang peran sentral dalam kehidupan sehari-hari. Lebih dari sekadar sarana komunikasi, bahasa juga berfungsi sebagai medium untuk mengekspresikan emosi, membentuk identitas, bahkan memengaruhi orang lain secara persuasif (Salsabila et al., 2024).

Salah satu bahasa yang mendapatkan perhatian global adalah bahasa Mandarin. Sebagai bahasa dengan jumlah penutur terbesar di dunia, Mandarin bukan hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga merepresentasikan kekayaan budaya dan filosofi hidup yang mendalam (Zhang, 2020). Filosofi tersebut kerap dituangkan dalam bentuk pepatah atau kutipan yang berhubungan dengan cinta, persahabatan, motivasi, serta kebijaksanaan hidup. Kehadiran era digital membuat kutipan berbahasa Mandarin semakin populer di berbagai media sosial, salah satunya melalui kutipan motivasi yang digunakan sebagai sarana ekspresi diri.

Ekspresi diri sendiri merupakan aspek fundamental dalam eksistensi manusia, yang memungkinkan individu menyampaikan pikiran, perasaan, dan identitas melalui bahasa, baik secara lisan maupun tulisan. Pada era digital, ekspresi diri semakin dominan diwujudkan melalui media sosial.

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta mengekspresikan diri secara bebas tanpa batasan ruang dan waktu (Kaplan & Haenlein, 2010). Perkembangan media sosial turut merevolusi pola komunikasi yang semula bersifat satu arah menjadi lebih interaktif, partisipatif, dan dinamis, sehingga setiap individu tidak berperan sebagai penerima saja tetapi juga pencipta informasi (Nasrullah, 2015). Lebih jauh lagi, media sosial menjadi arena bagi individu dalam membangun identitas, memperluas jaringan media sosial, serta membentuk komunitas yang berdasarkan minat dan tujuan tertentu (Boyd & Ellison, 2023). Dengan demikian, media sosial memudahkan ekspresi diri di era digital.

Sejalan dengan itu, salah satu bentuk media sosial yang menonjol dan digemari adalah TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, menjadi ruang populer yang memfasilitasi kreativitas, interaksi, dan berbagi konten, termasuk kutipan motivasi berbahasa Mandarin.



Laporan We Are Social (2024), jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia mencapai lebih dari 100 juta orang, menjadikannya salah satu pasar terbesar di dunia. Fakta ini memperlihatkan potensi TikTok sebagai media ekspresi diri di kalangan generasi muda.

Oleh karena itu, TikTok dipilih sebagai objek penelitian karena platform ini memiliki karakteristik yang mendukung ekspresi diri. Format video pendek memungkinkan penyampaian kutipan

motivasi secara lebih ekspresi dan emosional dibanding teks atau gambar di instgaram, Facebook, maupun Twitter/X . selain itu, algoritma *For You Page (fyp)* membuat konten kutipan motivasi dapat tersebar secara viral, bahkan dari akun jumlah pengikut terbatas. Dominasi generasi muda sebagai ppenggunaan utama tiktok datareportal (2024) juga menajdikan menjadikan relevan sebagai ruang ekspresi diri, sekaligus membedahkannya dari media sosial lain yang lebih berfokus pada teks, gambar, atau interaksi komunitas.

Meskipun popularitas TikTok terus meningkat, kajian akademik mengenai ekspresi diri melalui kutipan motivasi masih terbatas. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zahra, Hasan, & Wibowo, 2023. Judul “Analisis Quotes Aesthetic Bahasa Arab di Konten Media TikTok Untuk Mengungkapkan Perasaan Seseorang” Jurnal ini membahas penggunaan konten Quotes Aesthetic bahasa Arab di platform TikTok sebagai sarana untuk mengungkapkan perasaan seseorang. Penelitian ini dilakukan karena banyak anak muda yang sulit mengekspresikan perasaan mereka, dan TikTok menjadi media untuk melakukannya. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, angket, dan observasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konten kutipan estetik berfungsi sebagai medium ekspresi emosional sekaligus sarana pembelajaran bahasa Arab.

Meskipun penelitian sebelumnya telah mengkaji fenomena tentang penggunaan kutipan estetik berbahasa Arab di TikTok sebagai sarana untuk mengungkapkan perasaan. Belum ada fokus khusus pada penelitian ekspresi diri melalui kutipan motivasi Bahasa Mandarin pada platfrom Tiktok. Oleh karena itu, pemilihan topik ini penting untuk dilakukan karena kutipan motivasi memiliki pengaruh signifikan di era digital. Hampir semua kalangan aktif di media sosial, termasuk Tiktok, dan mereka sering mencari konten yang dapat memberikan inspirasi dan motivasi dalam kehidupan sehari-hari. Kutipan motivasi dapat menjadi sumber inspirasi bagi mereka, membantu memotivasi dan meningkatkan kesejahteraan mental. Melalui analisis mendalam hususnya dengan membedah makna denotatif dan konotatif dari kutipan-kutipan tersebut, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam. Dengan demikian, studi ini akan berkontribusi signifikan pada kajian linguistik tentang bagaimana bahasa, budaya, dan teknologi berinteraksi dalam membentuk ekspresi diri di era digital.

1.2 Identifikasih Masalah

1. kutipan motivasi hidup dalam bahasa Mandarin digunakan sebagai alat
2. Faktor linguitik dan budaya mempergaruhi makna dan penggunaan Kutipan motivasi hidup
n bahasa Mandarin Di TikTok
a semantik dari kutipan motivasi hidup dalam bahasa Mandarin di TikTok dipahami dan
rpretasikan oleh pengguna



1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, perlu dibuat batasan masalah agar fokus penelitian lebih terarah dan ruang lingkupnya tidak meluas. Oleh karena itu, penulis membatasi permasalahan hanya pada kutipan motivasi berbahasa Mandarin yang berupa teks yang dipublikasikan di TikTok, tanpa memasukkan elemen visual, musik, atau unsur audiovisual lain yang terdapat dalam video. Fokus penelitian ini adalah pada bentuk motivasi hidup yang terkandung dalam teks kutipan, khususnya dalam hal ekspresi diri dan makna bahasa. Dengan batasan ini, analisis dapat dilakukan secara mendalam dan terfokus, sehingga hasil penelitian lebih valid dan relevan dengan tujuan yang ditetapkan.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk ekspresi diri pengguna TikTok melalui kutipan motivasi berbahasa Mandarin?
2. Bagaimana makna denotatif dan konotatif kutipan motivasi dalam bahasa Mandarin di TikTok?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bentuk ekspresi diri yang ditampilkan oleh pengguna TikTok melalui kutipan motivasi berbahasa Mandarin.
2. Menganalisis makna denotatif dan konotatif dari kutipan motivasi berbahasa Mandarin yang digunakan di TikTok.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat teoritis

penelitian ini memperluas penerapan teori dramaturgi Goffman dalam konteks media sosial, di mana kutipan motivasi berfungsi sebagai performa digital. Selain itu, penelitian ini menegaskan relevansi teori makna Leech untuk menganalisis wacana singkat di platform digital yang sarat emosi dan simbol budaya.

1.6.2 Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini memiliki beberapa manfaat. Pertama, bagi mahasiswa dan pelajar bahasa Mandarin, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam memahami penggunaan bahasa motivasi yang kaya akan makna denotatif dan konotatif. Kedua, bagi praktisi pendidikan, penelitian ini dapat dijadikan bahan ajar maupun materi bahan dalam pembelajaran semantik dan komunikasi lintas budaya. Ketiga, bagi



masyarakat umum, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana kutipan motivasi di media sosial tidak hanya sekadar hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana ekspresi diri dan refleksi kehidupan.

1.7 Penelitian Relevan

1. Penelitian Tumasang (2022) yang berjudul *“Motivational Quotes on Social Media: A Rhetorical Appraisal.”* Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kutipan-kutipan motivasional di media sosial dibentuk melalui perangkat retorik untuk menciptakan dampak emosional dan persuasif terhadap pembaca. Metode yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif, dengan pendekatan retorika klasik sebagai dasar teori, termasuk penggunaan metafora, simbolisme, personifikasi, hiperbola, alusi, dan repetisi. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kutipan-kutipan motivasi di media sosial biasanya berstruktur pendek, terdiri dari 10 hingga 20 kata, tetapi memiliki kekuatan retorik yang besar. Misalnya, kutipan seperti *“Problems are like washing machines”* dianalisis sebagai bentuk metafora yang memanfaatkan objek keseharian untuk menjelaskan kondisi psikologis pembaca, yakni bahwa masalah hidup adalah proses pembersihan diri yang membawa perbaikan di akhir.

Penelitian ini berhasil menjelaskan bagaimana kekuatan retorika menciptakan keterhubungan emosional antara teks dan pembaca, menjadikan kutipan motivasi sebagai media penguatan psikologis. Namun, penelitian ini tidak membahas bagaimana kutipan tersebut dipahami secara semantik, baik dari segi makna denotatif maupun konotatif, serta tidak menyoroti penggunaan kutipan motivasi dalam konteks ekspresi diri melalui media sosial visual seperti TikTok. Oleh karena itu, meskipun memberikan landasan penting dalam memahami aspek estetika dan persuasif dari kutipan, penelitian ini belum melihat bagaimana pengguna media sosial membentuk representasi diri melalui kutipan yang mereka tampilkan secara linguistik dan visual dalam konteks budaya tertentu, seperti kutipan berbahasa Mandarin.

2. Penelitian Braidá, Rodríguez-Ferreiro, dan Hernández (2022) dalam artikelnya yang berjudul *“The Foreign Language Effect on Motivational Quotes.”* Penelitian ini menggunakan metode eksperimen kuantitatif untuk meneliti bagaimana bahasa mempengaruhi persepsi terhadap kutipan motivasional. Fokus utama dari penelitian ini



fenomena yang disebut Foreign Language Effect (FLe), yaitu fenomena psikologis di mana pemrosesan emosi dan makna menjadi lebih netral ketika seseorang berhadapan dengan bahasa asing. Dalam eksperimennya, para partisipan diminta untuk menilai makna dan makna dari sepuluh kutipan motivasi dalam bahasa ibu dan bahasa asing.

Penelitian ini menunjukkan bahwa partisipan yang membaca kutipan dalam bahasa asing

cenderung memberikan penilaian yang lebih rendah dalam hal kedalaman emosi, dibandingkan dengan mereka yang membaca dalam bahasa ibu.

Selain itu, para peneliti juga menyisipkan sepuluh kalimat pseudo- profound, yaitu kalimat yang terdengar dalam dan bermakna tapi sebenarnya kosong secara logika. Hasilnya serupa: partisipan yang membaca versi asing menilai kalimat tersebut lebih dangkal. Penelitian ini memperlihatkan bagaimana faktor bahasa memengaruhi persepsi terhadap kedalaman kutipan. Namun demikian, penelitian ini lebih menitikberatkan pada efek kognitif dan emosi lintas bahasa, bukan pada struktur atau kandungan makna bahasa itu sendiri. Penelitian ini juga tidak menjelaskan konteks sosial tempat kutipan digunakan, dan tidak menyoroti bagaimana pengguna media sosial membentuk identitas melalui kutipan tersebut. Sebaliknya, dalam penelitian ini, kutipan hanya diposisikan sebagai objek eksperimen pasif, bukan sebagai alat komunikasi aktif yang digunakan oleh individu untuk menyampaikan citra diri di ruang digital.

3. Penelitian Akpan (2021) yang berjudul *“The Impact of Social Media on Motivation Towards Learning English as a Global Language”* menggunakan pendekatan campuran (mixed-methods) untuk meneliti bagaimana media sosial memberikan pengaruh terhadap motivasi pengguna dalam mempelajari bahasa Inggris. Instrumen yang digunakan meliputi kuesioner kuantitatif serta wawancara semi- struktural. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya platform seperti YouTube, berperan besar dalam meningkatkan minat, kepercayaan diri, dan keinginan belajar secara mandiri di kalangan pelajar bahasa Inggris. Media sosial dianggap sebagai ruang yang dinamis, di mana pembelajaran tidak hanya terjadi secara formal, tetapi juga melalui eksposur konten yang inspiratif dan menarik.

Walaupun penelitian ini menegaskan kekuatan media sosial dalam membangkitkan motivasi dan menyediakan alternatif pembelajaran, fokusnya lebih kepada media sosial sebagai sarana edukatif dalam konteks pembelajaran bahasa, bukan pada penggunaan kutipan sebagai simbol atau strategi komunikasi personal. Tidak ada pembahasan tentang bagaimana kutipan motivasi digunakan secara sadar oleh individu untuk membentuk citra diri atau menyampaikan ekspresi emosional. Dengan demikian, meskipun penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat memfasilitasi motivasi, belum disentuh bagaimana motivasi tersebut diekspresikan secara simbolik dalam wacana atau kutipan, apalagi dalam platform visual seperti TikTok yang menekankan aspek performatif dan citra diri.



ian Sutriani (2022) yang berjudul *“Aktualisasi Diri dan Media Sosial: Dramaturgi Milenial dalam Media Sosial TikTok”* merupakan studi kualitatif yang menggunakan pendekatan teori dramaturgi Erving Goffman untuk memahami bagaimana kaum milenial

menampilkan identitas mereka di TikTok. Penelitian ini menyoroti konsep “front stage” dan “back stage” dalam ruang digital, di mana pengguna TikTok secara sadar menyusun citra ideal di depan kamera (front stage) dan menyembunyikan realitas personal di balik layar (back stage). Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dimanfaatkan oleh generasi muda untuk membangun impresi tertentu terhadap audiens digital, misalnya dengan menunjukkan gaya hidup produktif, pencapaian, atau pesan-pesan moral yang positif. Penelitian ini memberikan wawasan penting bahwa TikTok merupakan ruang performatif yang memungkinkan penggunanya melakukan impression management. Namun, penelitian ini masih bersifat umum, karena tidak secara spesifik menganalisis elemen wacana seperti kutipan motivasi yang sering digunakan dalam konten TikTok sebagai alat pembentuk identitas. Selain itu, pendekatannya belum menelaah bagaimana makna linguistik dalam kutipan dapat berperan dalam menciptakan persepsi audiens. Sementara dalam konteks penelitian ini, penulis justru menempatkan kutipan sebagai teks yang memiliki makna simbolik dan ekspresif, serta sarat nilai budaya jika disampaikan dalam bahasa asing seperti Mandarin.

5. Penelitian Amirullah dan Siregar (2024) yang berjudul “*Dramaturgi Generasi Z Melalui Media Sosial TikTok Sebagai Media Representasi Diri*.” Menggunakan metode kualitatif fenomenologi, peneliti mewawancarai empat kreator TikTok dari kalangan Generasi Z untuk mengungkap bagaimana mereka menampilkan dan mengelola identitas diri di media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa pengguna TikTok dari kalangan Generasi Z cenderung membentuk citra diri yang autentik dan personal, melalui konten yang relevan dengan minat, nilai hidup, dan pengalaman pribadi mereka. Narasi, caption, serta kutipan menjadi bagian penting dalam penyampaian pesan personal tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa kutipan tidak hanya berfungsi sebagai pemanis konten, tetapi menjadi bagian dari narasi diri yang lebih luas. Namun, sekali lagi, penelitian ini belum masuk dalam kajian linguistik tentang bagaimana kutipan itu dibentuk dan dipahami secara makna, serta belum menjangkau bahasa asing yang memiliki latar budaya berbeda seperti bahasa Mandarin. Penelitian ini juga belum menyentuh bagaimana struktur semantik dan pilihan diksi dalam kutipan bisa mencerminkan strategi dramaturgi pengguna dalam membangun citra sosial mereka di TikTok. Sementara itu, penelitian ini justru mengambil titik fokus pada bagaimana kutipan motivasi Mandarin—dengan segala lapisan maknanya—dapat berfungsi sebagai bentuk ekspresi diri dan strategi representasi diri dalam interaksi media sosial.



1.8 Konsep

1.8.1 Ekspresi Diri

Ekspresi diri merupakan kemampuan individu untuk mengkomunikasikan pikiran, perasaan, serta identitas dirinya melalui berbagai media secara sadar dan terarah. Wea, Letuna, dan Leuapa (2020) menyatakan bahwa ekspresi diri dapat terlihat dari bagaimana seseorang membagikan ide, menunjukkan kreativitas, dan membangun kepercayaan diri melalui konten yang diunggah.

Dalam konteks ini, pembagian kutipan motivasi oleh pengguna TikTok dapat dipahami sebagai salah satu bentuk ekspresi diri. Kutipan yang dibagikan tidak hanya berisi pesan-pesan positif, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai pribadi, sudut pandang terhadap kehidupan, serta gambaran tentang diri yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Ekspresi semacam ini tidak selalu disampaikan secara eksplisit, melainkan melalui simbol, gaya bahasa, dan pemilihan tema yang mencerminkan karakter atau kondisi emosional individu.

Sebagaimana dijelaskan oleh Zastrow dan Kirst-Ashman (2010), ekspresi diri dapat muncul melalui berbagai bentuk simbolik yang memungkinkan individu menyampaikan pengalaman, emosi, maupun pemikiran mereka dengan cara yang tidak langsung, namun tetap bermakna secara sosial. Dalam hal ini, konten berupa kutipan motivasi juga dapat berfungsi sebagai bentuk refleksi diri dan pengelolaan emosi. Media sosial, seperti TikTok, pada akhirnya menjadi ruang di mana individu tidak hanya membagikan isi pikirannya, tetapi juga membangun citra serta mencari koneksi emosional dengan audiens (Nasrullah, 2015).

1.8.2 Kutipan Motivasi

Menurut Kamus Besar Indonesia (KKBI, 2021), motivasi diartikan sebagai dorongan yang timbul secara sadar untuk melakukan sesuatu tindakan dengan tujuan tertentu, serta usaha yang mengerahkan individu atau kelompok agar dapat mencapai kepuasan dari tindakannya. Kinati (2018) menjelaskan bahwa kutipan motivasi pada hakikatnya disusun melalui pemilihan variasi gaya bahasa, struktur kalimat, dan diksi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara emosional oleh audiens.

Secara praktis, kutipan motivasi umumnya dikemas melalui ungkapan yang singkat, padat, dan jelas yang efektif mempengaruhi audiens. Tidak jarang, penutur menggunakan diksi yang tegas, bahkan terkesan keras atau menyentil, dengan maksud membangkitkan kesadaran audiens, menyalakan semangat serta mendorong mereka untuk berani keluar dari zona nyaman. Fenomena ini menurut Kinanti (2018), yang menegaskan bahwa variasi gaya bahasa motivator dapat mencakup ironi, antitesis, maupun sarkasmen,



yang sering dimanfaatkan untuk menekankan inti pesan agar membekas di benak audiens.

Dengan demikian, kutipan motivasi dapat dimaknai sebagai wujud komunikasi simbolik yang tidak hanya menyalurkan pesan dorongan moral lewat rangkaian kata yang menarik, tetapi juga melalui ungkapan yang kadang bernada tegas atau menyentak. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan kesadaran, mendorong perubahan sikap, serta memotivasi pembaca agar mau bertindak sesuai arah yang diinginkan.

1.8.3 Bahasa Mandarin

Bahasa Mandarin merupakan salah satu bahasa internasional yang digunakan di berbagai belahan dunia, termasuk di media sosial seperti TikTok. Penggunaan bahasa Mandarin dalam kutipan motivasi di TikTok memberikan dimensi kultural dan filosofis yang kuat, mengingat banyaknya pepatah atau kutipan dalam bahasa ini yang sarat dengan makna mendalam dan ajaran hidup.

Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengkaji kutipan motivasi yang digunakan oleh pengguna TikTok, baik dari sisi ekspresi diri yang tercermin dalam pemilihan kutipan, maupun dari sisi makna yang terkandung dalam kutipan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana kutipan motivasi berbahasa Mandarin berfungsi sebagai ekspresi diri, serta bagaimana makna yang terkandung dalam kutipan tersebut berkontribusi pada identitas digital yang dibangun oleh pengguna.

1.9 Landasan Teori

Teori semantik adalah cabang ilmu linguistik yang mempelajari makna bahasa. Semantik berfokus pada bagaimana kata, frasa, kalimat, dan teks menyampaikan makna, serta bagaimana makna tersebut dipahami oleh penutur dan pendengar. Teori ini mencakup berbagai aspek, termasuk makna denotatif, makna konotatif, hubungan antar kata, dan konteks penggunaan bahasa. Dalam penelitian ini, teori semantik digunakan sebagai landasan teoretis untuk menganalisis makna dari kutipan motivasi hidup dalam bahasa Mandarin di TikTok.

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan utama untuk mengkaji kutipan motivasi berbahasa Mandarin di platform TikTok, yaitu teori ekspresi diri dan analisis makna bahasa (ik). Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menampilkan diri melalui kutipan motivasi dan bagaimana makna dari kutipan tersebut dibentuk secara



1.9.1 Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi diperkenalkan oleh Erving Goffman melalui karya klasiknya *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959). Goffman mengibaratkan interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan teater, di mana setiap individu berperan sebagai aktor yang menampilkan diri di atas panggung kehidupan sehari-hari. Interaksi bukan hanya sekadar pertukaran informasi, melainkan juga mencakup usaha individu untuk mengelola kesan (*impression management*) agar diterima sesuai dengan ekspektasi sosial.

1. Manajemen Kesan (*Impression Management*)

Konsep inti dari Dramaturgi adalah *impression management*. Menurut Goffman (1959), setiap individu senantiasa berupaya untuk mengontrol citra diri yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Hal ini dilakukan melalui pemilihan simbol, gaya bahasa, ekspresi wajah, maupun perilaku yang sesuai dengan identitas sosial yang hendak dibangun. Misalnya, seseorang yang ingin dipersepsikan sebagai pribadi profesional akan memilih kata-kata formal, mengenakan pakaian rapi, dan berperilaku terukur ketika berada di ruang publik.

Dalam konteks komunikasi modern, media sosial berfungsi sebagai panggung baru yang sangat strategis untuk melakukan manajemen kesan. Melalui unggahan foto, video, maupun narasi, individu dapat menyusun dan merancang citra diri ideal di hadapan publik digital (Amelia & Amin, 2022). Dengan demikian, manajemen kesan menjadi proses yang tidak lagi hanya terjadi dalam interaksi tatap muka, tetapi juga berlangsung dalam ruang virtual yang melibatkan audiens yang lebih luas.

2. Front Stage dan Back Stage

Goffman membedakan interaksi sosial menjadi dua wilayah, yaitu:

- **Front Stage (Panggung Depan) :**

Ruang di mana individu berperilaku layaknya aktor yang menampilkan diri sesuai dengan tuntutan peran sosial. Pada panggung depan, penampilan, bahasa, dan tindakan dirancang agar sesuai dengan ekspektasi audiens. Misalnya, seseorang menampilkan diri sebagai pribadi optimis, produktif, dan penuh motivasi ketika mengunggah konten di TikTok atau Instagram.

- **Back Stage (Panggung Belakang):**

Ruang privat yang lebih bebas dari tuntutan sosial, di mana individu dapat mengekspresikan diri secara autentik tanpa tekanan untuk menjaga citra



tertentu. Pada panggung ini, seseorang bisa bersikap lebih santai, jujur, atau bahkan menunjukkan sisi rapuh yang tidak diperlihatkan di ruang publik (Goffman, 1959).

Konsep ini tetap relevan di era digital. Generasi muda sering memanfaatkan TikTok, Instagram, dan platform media sosial lainnya untuk menampilkan sisi positif atau prestasi mereka pada panggung depan (*front stage*), sementara sisi kehidupan pribadi yang penuh tantangan tetap mereka sembunyikan di panggung belakang (*back stage*) (Ramadhani & Lestari, 2022).

Amalia (2021) menegaskan bahwa selebritas media sosial (selebgram) mempraktikkan dramaturgi dengan mengelola dua citra sekaligus: citra publik yang penuh inspirasi, profesional, dan menarik sebagai *front stage*, serta citra pribadi yang lebih natural sebagai *back stage*. Hal ini menunjukkan bahwa praktik dramaturgi bukan hanya terjadi dalam interaksi tatap muka, tetapi juga dalam interaksi digital yang berbasis representasi diri melalui konten.

Media sosial, dengan demikian, menjadi panggung pertunjukan modern di mana individu membangun narasi identitas diri. Ramadhani & Lestari (2022) menemukan bahwa generasi muda cenderung menampilkan diri sebagai individu produktif, aktif, dan berprestasi melalui unggahan konten. Hal ini sejalan dengan pandangan Goffman bahwa setiap tindakan sosial adalah bentuk pertunjukan yang dirancang dengan sadar.

Teori dramaturgi memberikan kerangka penting dalam memahami ekspresi diri melalui kutipan motivasi berbahasa Mandarin di TikTok. Kutipan yang dibagikan pengguna tidak hanya sekadar teks motivasi, tetapi juga merupakan strategi untuk membangun citra diri ideal. Dengan menyusun kata-kata yang inspiratif, pengguna ingin memperlihatkan dirinya sebagai sosok optimis, bijak, atau penuh semangat.

Sumber data akun TikTok @liemandarincourse

今天不学习，明天当垃圾

(Jīntiān bù xuéxí, míngtiān dāng lājī)

“Hari ini tidak belajar, besok jadi sampah.”

Kutipan ini merupakan bentuk ekspresi diri di panggung depan (*front stage*), di mana ingin menampilkan diri sebagai sosok yang menghargai disiplin, kerja keras, dan menyerah. Pemilihan diksi yang tegas dan kontras (belajar vs. sampah) ikkan strategi *impression management* untuk membangun citra diri sebagai individu ius terhadap pendidikan dan masa depan. Dengan demikian, dramaturgi membantu skan bahwa penggunaan kutipan motivasi di TikTok bukan sekadar penyampaian



pesan moral, melainkan juga sebuah pertunjukan simbolik yang menampilkan identitas sosial ideal penuturnya di ruang publik digital.

1.9.2 Teori Semantik

Semantik merupakan salah satu cabang utama dalam linguistik yang berfokus pada studi tentang makna dalam bahasa. Secara etimologi, istilah “semantik” berasal dari bahasa semantikos yang berarti ‘bermakna’ atau ‘signifikan’. Dalam konteks linguistik modern, semantik mengkaji hubungan antara tanda linguistik (kata, frasa, atau kalimat) dan makna yang dikandung atau diwakilinya. Teori ini berperan penting dalam memahami bagaimana makna ditransmisikan melalui bahasa, baik secara eksplisit maupun implisit.

Menurut Leech (1981), makna dalam bahasa dapat diklasifikasikan kedalam tujuh jenis utama, yang masing-masing memiliki fungsi dan peran berbeda dalam komunikasi. Dua diantaranya yang paling mendasar adalah makna denotatif dan makna konotatif. Namun makna lain juga memiliki peranan penting. Berikut penjelasan masing-masing mengenai jenis makna menurut Leech (1981):

1. Makna Denotatif

Makna denotatif adalah makna literal atau konseptual suatu kata, yaitu makna langsung yang merujuk pada objek atau konsep sebagaimana tercantum dalam kamus.

Contoh dari data : “别放弃，加油！” (Bié fàngqì, jiāyóu!) “Jangan menyerah, semangat!”), ungkapan 加油 (jiāyóu) secara literal berarti “menambah minyak”.

Ini adalah arti secara dasar dari kata-kata tersebut.

2. Makna Konotatif

Makna konotatif adalah makna tambahan yang muncul dari pengalaman, emosi, nilai budaya, atau asosiasi, maupun latar belakang penutur. Makna ini bersifat subjektif dan dapat berubah sesuai konteks sosial maupun psikologi audiens.

Contoh : Dalam konteks ini, kata 加油 tidak hanya berarti “menambah minyak”, tetapi konotasinya berkembang menjadi “semangat” atau “ayo terus berusaha”.

Konotasi terbentuk dari pengalaman budaya Tionghoa yang menggunakan 加油 sebagai metafora menambah energi. Chaer (2012) menegaskan bahwa konotasi mengandung nilai emosional yang membuat makna lebih hidup dan kontekstual.

Makna sosial

Makna ini berkaitan dengan konteks sosial di mana bahasa digunakan. Makna sosial dapat mengidentifikasi latar belakang sosial, gaya bicara, dialek, atau bahkan hubungan antara pembicara atau pendengar.



Contoh Ungkapan: “*别放弃, 加油!*” sering dipakai dalam interaksi sehari-hari, baik formal (dukungan kepada atlet) maupun informal (menyemangati teman). Hal ini menunjukkan bahwa makna sosial memperlihatkan status hubungan antarpener. Sejalan dengan pendapat Lyons (1995), makna sosial berfungsi untuk mengidentifikasi norma, status sosial, atau kedekatan relasional antarpener dalam komunikasi.

4. Makna afektif

Makna afektif mencerminkan perasaan atau sikap pener terhadap lawan bicara atau topik pembicaraan. Makna ini memperlihatkan dimensi emosional yang terkandung dalam tuturan (Leech, 1981).

Contoh : Dalam “*别放弃, 加油!*”, pener menyampaikan empati, dukungan, dan dorongan emosional agar pendengar tetap kuat. Makna afektif menimbulkan efek psikologis berupa optimisme. Kridalaksana (2008) menambahkan bahwa dimensi afektif dapat memengaruhi sikap pendengar karena bahasa mengandung daya sugestif yang melibatkan emosi.

5. Makna reflektif

Makna reflektif muncul ketika sebuah kata memiliki lebih dari satu makna, dan penggunaan salah satunya dapat menimbulkan bayangan atau asosiasi terhadap makna lain.

Kata *加油* menimbulkan asosiasi ganda: literalnya adalah “menambah minyak” tetapi juga memunculkan bayangan energi tambahan yang dibutuhkan untuk maju. Hal ini sesuai dengan Ullmann (1962) yang menekankan bahwa refleksi makna memperkaya daya imajinatif sebuah ujaran.

6. Makna kolokatif

Makna kolokatif muncul dari asosiasi kata tertentu ketika sering dipasangkan atau berkolokasi dengan kata lain. Dengan kata lain, makna ini terbentuk dari pola kombinasi leksikal.

- Contoh data: Kata *加油* sering berkolokasi dengan konteks seperti kompetisi, ujian, atau kesulitan, sehingga diasosiasikan dengan situasi perjuangan. Hal ini memperkuat makna motivasional ungkapan tersebut. Irtz (1957) juga menegaskan bahwa “you shall know a word by the company it keeps”, yang berarti makna kolokatif terbentuk dari kebiasaan kata digunakan bersama kata lain.

Makna tematik

Makna tematik berkaitan dengan cara penataan struktur kalimat, fokus informasi,



serta penekanan pesan yang ingin disampaikan.

- **Contoh data:** alam “别放弃，加油！”， struktur kalimat dimulai dari larangan “jangan menyerah”, lalu diikuti dorongan “semangat”. Susunan ini menegaskan tema utama: pantang menyerah yang diperkuat dengan motivasi. Hal ini sesuai dengan Halliday (1994) yang menekankan bahwa pemilihan urutan kata dapat memengaruhi fokus makna dalam teks.

Ketujuh jenis makna yang dikemukakan oleh Leech (1981) memperlihatkan bahwa bahasa bekerja melalui lapisan makna yang kompleks. Analisis semantik karenanya tidak cukup hanya menyoroti makna denotatif yang bersifat literal, tetapi juga perlu menelaah makna konotatif, afektif, sosial, reflektif, kolokatif, hingga tematik yang hadir dalam tuturan. Dengan pendekatan yang menyeluruh terhadap berbagai dimensi makna tersebut, penelitian ini mampu mengungkap bagaimana kutipan motivasi berbahasa Mandarin di TikTok tidak hanya menyampaikan pesan secara eksplisit, tetapi juga menyiratkan makna implisit melalui asosiasi emosional, nilai-nilai sosial, dan pola penekanan retorik yang digunakan penutur.

Relevansi teori Leech dalam penelitian ini tampak dari kemampuannya menjelaskan proses pembentukan, penyampaian, dan penafsiran makna dalam wacana motivasional di media sosial. Sementara itu, teori dramaturgi Erving Goffman (1959) memberi perspektif bahwa ekspresi diri di ruang publik, termasuk TikTok, merupakan suatu bentuk “pertunjukan” di mana penutur berusaha menampilkan identitas serta pesan tertentu kepada audiens. Dalam kerangka ini, analisis makna menurut Leech memperkuat pemahaman dramaturgis dengan menunjukkan bahwa pesan motivasi tidak hanya bergantung pada makna literal, melainkan juga pada unsur emosional, sosial, dan simbolik yang terkandung dalam bahasa. Oleh karena itu, kedua teori ini saling melengkapi: Leech menyediakan perangkat analitis untuk membedah struktur makna, sedangkan Goffman memberikan landasan untuk memahami fungsi makna tersebut dalam praktik komunikasi dan ekspresi diri di TikTok.

Kedua teori ini saling melengkapi, Teori semantik ini digunakan untuk menguraikan makna yang terkandung dalam kutipan, sementara teori ekspresi diri digunakan untuk memahami tujuan dan fungsi penggunaan kutipan tersebut dalam membangun identitas di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggali isi kutipan secara literalistik, tetapi juga menyoroti bagaimana kutipan tersebut merepresentasikan ekspresi diri pengguna TikTok.



BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semantik. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena ekspresi diri melalui kutipan motivasi berbahasa mandarin di TikTok secara mendalam dan kontekstual. Analisis Semantik digunakan untuk mengungkapkan makna denotatif dan konotatif dari kutipan-kutipan. Data yang digunakan adalah kutipan bahasa Mandarin yang diambil dari video TikTok. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menyeleksi video yang mengandung kutipan bahasa Mandarin, kemudian mentranskripsikan teks kutipan tersebut untuk dianalisis lebih lanjut.

2.2 Populasi dan Sampel

2.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh akun TikTok yang membagikan kutipan motivasi berbahasa Mandarin pada periode Januari–Agustus 2025. Fenomena kutipan motivasi dalam bahasa Mandarin di TikTok berkembang cukup pesat seiring dengan meningkatnya minat pengguna terhadap konten edukatif, inspiratif, dan pengembangan diri ((We Are Social & Meltwater, 2025). Konten dalam bentuk kutipan motivasi dianggap lebih mudah diakses, ringkas, dan mampu menyentuh sisi emosional audiens dibandingkan teks panjang atau artikel motivasi.

Berdasarkan penelusuran awal, terdapat sekitar 15–30 akun yang secara konsisten membagikan kutipan motivasi berbahasa Mandarin di TikTok. Namun, tidak semua akun memenuhi kriteria penelitian, karena beberapa hanya sesekali menyisipkan kutipan motivasi dalam konten hiburan, atau tidak aktif dalam periode penelitian. Oleh karena itu, populasi yang relevan lebih spesifik, yaitu akun-akun yang:

1. Akun TikTok secara konsisten mengunggah kutipan motivasi bahasa Mandarin,
2. Konten motivasi yang dipublikasikan relevan dengan tema penelitian, yaitu ekspresi diri dan makna bahasa.
3. Akun aktif dan membagikan konten pada periode Januari–Agustus 2025, sesuai dengan batasan waktu penelitian.
4. Konten dapat diakses secara terbuka sehingga memungkinkan peneliti melakukan transkripsi dan analisis linguistik



Dengan kriteria tersebut, populasi dalam penelitian ini bukan hanya mencakup “semua n TikTok”, melainkan lebih spesifik pada akun yang secara nyata mempublikasikan pan motivasi berbahasa Mandarin secara konsisten dalam periode penelitian. Dari

populasi yang luas tersebut, peneliti kemudian melakukan penyaringan untuk menentukan sampel penelitian yang lebih terfokus.

2.2.2 Sampel

Dari populasi yang luas, peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan sampel penelitian. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Teknik ini dipilih karena penelitian ini tidak bermaksud mengukur keseluruhan populasi, melainkan hanya fokus pada data yang benar-benar relevan dengan topik penelitian, yakni ekspresi diri dan analisis makna dalam kutipan motivasi berbahasa Mandarin.

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti menetapkan lima akun TikTok sebagai sampel penelitian, yaitu:

1. @liemandarincourse
2. @caozhuang666
3. @xiaozhan1219
4. @yuliana.3jo
5. @lsgwan

Pemilihan lima akun ini dilakukan karena konten yang dipublikasikan relevan dengan fokus penelitian, yakni kutipan motivasi berbahasa Mandarin yang mencerminkan ekspresi diri dan dapat dianalisis maknanya secara semantik.

Dari kelima akun tersebut, peneliti mengambil masing-masing lima kutipan motivasi, sehingga total terdapat 25 kutipan motivasi sebagai sampel penelitian. Jumlah ini dinilai memadai untuk penelitian kualitatif deskriptif, karena memberikan variasi data yang cukup tanpa kehilangan kedalaman analisis.

2.3 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan gabungan untuk mengumpulkan data, yaitu data primer dan data sekunder.



Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber langsung Kutipan dalam bahasa Mandarin yang diunggah oleh akun:

1. @liemandarincourse
2. @caozhuang666

3. @xiaozyan1219

4. @yuliana.3jo

5. @lzgwan

Kelima akun tersebut dipilih secara selektif dengan pertimbangan bahwa masing-masing menyajikan konten dalam bentuk kutipan motivasi yang menyajikan unsur ekspresi diri serta makna bahasa yang dapat dianalisis dari segi semantik. Kutipan- kutipan yang dipilih merupakan bagian dari narasi dalam video, baik dalam bentuk teks maupun suara, yang kemudian ditranskripsi ke dalam bentuk tertulis untuk dianalisis lebih lanjut.

2.3.1 Data Sekunder

Selain data primer berupa kutipan motivasi yang di ambil langsung dari platform TikTok, peneliti ini juga menggunakan data sekunder sebagai pendukung dalam analisis. Data sekunder dalam penelitian ini mencakup berbagai sumber tertulis dan digital yang relevan dengan topik dan fokus penelitian.

Salah satu data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi tambahan yang terdapat dalam komentar penutur, deskripsi video, serta konteks unggahan dari video-video yang di analisis. Komentar pengguna memberikan gambaran mengenai tanggapan audiens terhadap kutipan motivasi yang dibagikan, sehingga dapat memperkuat interpretasi makna maupun bentuk ekspresi diri yang di sampaikan oleh penutur.

Selanjutnya, data sekunder mencakup teori-teori ilmiah yang menjadi dasar dalam proses analisis. Teori ekspresi diri dari Erving Goffman (1959) digunakan untuk menelaah bagaimana individu menampilkan identitas dirinya melalui kutipan motivasi di platform TikTok, terutama dalam konteks ruang publik digital. Sementara itu, teori makna dari Geoffrey Leech (1981) digunakan untuk mengkaji aspek semantik kutipan, khususnya makna denotatif dan konotatif dari kutipan motivasi berbahasa Mandarin yang diteliti.

Selain itu artikel daring yang membahas penggunaan tiktok sebagai media ekspresi diri generasi muda turut dijadikan referensi untuk memahami konteks sosial dan budaya dari data yang diteliti. Sumber-sumber ini memperkaya pemahaman terhadap fungsi kutipan motivasi sebagai bentuk komunikasi publik di era digital.

Terkahir, kamus dan sumber pembelajaran bahasa mandarin seperti pleco, kamus online bahasa inggris, digunakan untuk menunjang proses penerjemahan serta analisis semantik terhadap kutipan-kutipan yang dianalisis. Keberadaan sumber ini sangat penting guna memastikan ketepatan dalam memahami baik makna harfiah enotatif) maupun makna kiasan (konotatif) dari setiap kata atau frasa dalam kutipan



berbahasa Mandarin.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

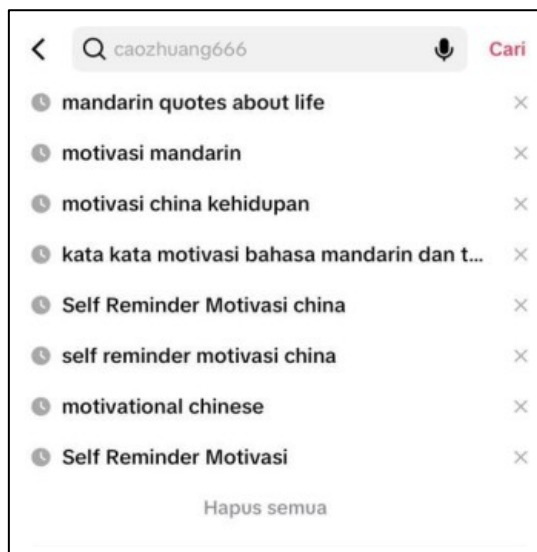
Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan observasi non-partisipatif daring sebagai teknik pengumpulan data. Metode ini dipilih karena sesuai dengan pendekatan kualitatif deskriptif, yang menekankan penggalan data dari sumber yang nyata dan dapat dianalisis secara mendalam (Creswell, 2014). Menurut Sugiyono (2017), dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan dokumen, arsip, atau bahan tertulis yang relevan dengan penelitian. Observasi non-partisipatif daring memungkinkan peneliti mengamati dan mencatat konten tanpa memengaruhi atau berinteraksi langsung dengan subjek, sehingga data tetap alami dan autentik (Miles & Huberman, 1994).

Sumber data penelitian berupa video kutipan motivasi berbahasa Mandarin yang diunggah di TikTok oleh akun: @liemandarincourse, @caozhuang666, @xiaozhan1219, @yuliana.3jo, dan @lzugwan. Data yang dikumpulkan hanya mencakup teks kutipan motivasi, tanpa mengambil unsur visual atau audio lain, sesuai batasan masalah penelitian.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui tahap berikut:

1. Identifikasih Akun Tiktok

Peneliti menelusuri akun TikTok yang relevan dengan topik penelitian menggunakan kata kunci: “motivasi Mandarin”, “kutipan inspiratif Mandarin”, atau “belajar bahasa Mandarin” pada kolom pencarian TikTok



Gambar 2. 1 Riwayat Pencarian kata kunci



Selain pencarian kata kunci, akun potensial juga diperoleh dari *For You Page* (FYP) TikTok. Tujuan tahap ini adalah memperoleh akun yang relevan dengan topik penelitian. Tujuan tahap ini adalah memperoleh akun-akun yang relevan dan aktif membagikan kutipan motivasi berbahasa Mandarin.

2. Seleksi Akun

Seleksi akun berdasarkan konsistensi, relevansi, aktivitas akun, dan keaslian konten

3. Dokumentasi

Setelah akun terpilih, kutipan dikumpulkan melalui langkah berikut:

- Menangkap layar (screenshot) teks kutipan dari video TikTok
- Data di simpan dan diklarifikasi berdasarkan akun untuk mempermudah penelusuran ulang
- Menulis ulang kutipan secara utuh sesuai teks asli, tanpa perubahan struktur atau makna.
- Menambahkan pinyin sebagai pendukung analisis

4. Penerjemahan dan Validasi

Kutipan diterjemahkan ke bahasa Indonesia menggunakan bantuan kamus daring (**Pleco**), kemudian divalidasi oleh penutur asli (native speakers)

2.3 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif deskriptif. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mendeskripsi-kan ekspresi diri melalui kutipan motivasi berbahasa Mandarin di TikTok, serta menganalisis makna denotatif dan konotatif berdasarkan teori semantik.

Analisis data meliputi tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga tahap tersebut diadaptasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan tahap awal dalam analisis data kualitatif yang dilakukan untuk menyaring, memilah, dan menyederhanakan data mentah agar fokus pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Miles dan Huberman (1992), reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, serta transformasi data mentah yang muncul dari catatan lapangan atau dokumen penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan cara menyeleksi kutipan motivasi berbahasa Mandarin yang diunggah pada tahun 2025 dari lima akun TikTok terpilih, yaitu @lienmandarincourse, @caozhuang666, @lzugwan.

@xiaoqian1219, @yuliana.3jo. Data yang relevan berupa teks kutipan motivasi dalam



bentuk Hanzi, pinyin, serta hasil terjemahan ke bahasa Indonesia, sementara elemen lain seperti komentar pengguna, latar musik, atau konten yang tidak berkaitan dengan tema penelitian dieliminasi. Proses ini bertujuan agar data yang dianalisis lebih terarah, sistematis, dan sesuai dengan fokus penelitian, yakni ekspresi diri serta analisis makna denotatif dan konotatif dalam kutipan motivasi berbahasa Mandarin di TikTok..

2. Penyajian Data

Tahap berikutnya adalah menyajikan data dalam bentuk uraian deskriptif agar dapat dipahami secara sistematis. Penyajian ini dilakukan dengan menuliskan setiap kutipan secara utuh, mulai dari teks asli (Hanzi), transkripsi pinyin, hingga hasil terjemahan ke dalam bahasa Indonesia. Penyajian data bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai bentuk kutipan motivasi yang menjadi objek penelitian, sekaligus menjadi dasar bagi proses analisis.

3. Analisis isi berdasarkan kerangka teori

Setelah data disiapkan, peneliti menganalisis kutipan sesuai tujuan penelitian:

1. **Teori dramaturgi Goffman (1959)**, digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana bentuk ekspresi diri pengguna TikTok. Dalam hal ini, pengguna TikTok dianggap sebagai aktor yang menampilkan citra diri melalui kutipan motivasi sebagai “naskah pertunjukan”. Setiap kutipan dianalisis dengan melihat citra diri yang ditampilkan peran sosial yang dibangun, serta pesan personal yang disampaikan. Meskipun dalam analisisnya peneliti menguraikan citra diri yang ditampilkan dan pesan yang disampaikan, keduanya bukan merupakan fokus terpisah, melainkan elemen pendukung dari ekspresi diri itu sendiri.

Citra diri mencerminkan bagaimana pengguna ingin dilihat oleh publik digital, sementara pesan yang dibawa oleh kutipan menunjukkan nilai, keyakinan, atau pandangan hidup yang diungkapkan secara tidak langsung. Dengan demikian, keduanya menjadi bagian dari strategi pengguna dalam membentuk dan menyampaikan ekspresi diri di ruang publik TikTok, sesuai dengan konsep front stage dalam teori dramaturgi Goffman (1959). Dengan demikian, analisis berfokus pada bagaimana bahasa dalam kutipan berfungsi sebagai alat untuk mengekspresikan diri dan membangun kesan diri di hadapan audiens.

2. **Teori makna Leech (1981)**, yang membagi makna menjadi makna denotatif (makna harfiah sesuai kamus) dan makna konotatif (makna tambahan, nilai emosional). Dengan teori ini, setiap kata dan frasa dalam kutipan dianalisis tidak hanya dalam arti literalnya tetapi juga dari nuansa makna yang terkandung dalamnya. Analisis tidak mencakup makna lain seperti makna kolokatif, reflektif, atau tematik



sebagaimana dijelaskan Leech dalam klasifikasi lengkapnya.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan merumuskan hasil analisis sesuai fokus penelitian, yaitu bentuk ekspresi diri dan makna bahasa dalam kutipan motivasi. Peneliti memastikan kesimpulan sesuai teori dramaturgi Goffman dan semantik Leech, serta memeriksa kembali hasilnya agar tetap akurat dan relevan dengan konteks kutipan.

