



BENTUK TUTURAN PERSUASIF IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI *YOUTUBE* SEBAGAI MATERI AJAR TEKS IKLAN SMP/MTs

Arika Rini^{a,*}, Farikah^b, Mimi Mulyani^c

^aPendidikan Bahasa Indonesia S2 Universitas Tidar - Magelang

^bPendidikan Bahasa Indonesia S2 Universitas Tidar - Magelang

^cPendidikan Bahasa Indonesia S2 Universitas Tidar - Magelang

*Surel: arika.nadhif@gmail.com

Diterima Redaksi: 7-12-2021 | Selesai Revisi: 10-12-2021 | Diterbitkan: 13-12-2021

Abstrak: Penulisan artikel bersifat konseptual ini dilatarbelakangi adanya materi ajar yang secara eksplisit belum menyampaikan materi tentang pragmatik. Perlu ada penyampaian secara tertulis dan tertuang dalam buku teks bahwa materi yang disampaikan tentang kajian pragmatik. Kajian yang termasuk tuturan persuasif berupaya memengaruhi pembaca. Teori Searle tentang teori tindak tutur persuasif yang antara lain, tindak tutur asertif, komisif, ekspresif, deklaratif, dan direktif menjadi bahan kajian dalam penulisan artikel konseptual ini. Berbekal materi tersebut, peserta didik dari awal sudah dipersiapkan sebagai ahli bahasa, meski kemungkinan kecil tidak semua peserta didik ke arah tersebut.

Kata-Kata kunci: *persuasif, kajian pragmatik, tindak tutur*

Abstract: The writing of this conceptual article is motivated by the existence of teaching materials that have not explicitly conveyed material about pragmatics. There needs to be a written submission and it is stated in the textbook that the material presented is about pragmatic studies. Studies that include persuasive speech seek to influence the reader. Searle's theory of persuasive speech act theory, which includes assertive, commissive, expressive, declarative, and directive speech acts is the subject of study in writing this conceptual article. Armed with these materials, students from the beginning have been prepared as linguists, although it is unlikely that all students are in that direction.

Keywords: *persuasive, pragmatic study, speech act*

A. PENDAHULUAN

Setiap negara menginginkan generasi penerus bangsa makin maju dalam bidang pendidikan. Tak salah jika pemerintah berkali-kali merevisi kurikulum yang sudah berlaku. Jika dilihat historinya, kurikulum di Indonesia sampai saat ini sudah mengalami beberapa kali perubahan pada tahun 1947, 1952, 1964, 1968, 1975, 1984, 1994, 2004, 2006, dan 2013. Dalam hal ini peserta didik adalah objek kurikulum yang mendapat prioritas (Ritonga, 2018).

Bahan materi ajar kurikulum 2013 pada mata pelajaran Bahasa Indonesia lebih difokuskan pada teks. Berdasarkan Kemendikbud (2013) menyatakan bahwa mata pelajaran Bahasa Indonesia terdapat 14 teks yang meliputi 3 teks sastra (23%) dan 11 teks nonsastra (77%) (Sutarsih, 2016). Salah satu materi teks



yang disampaikan pada mata pelajaran Bahasa Indonesia adalah teks iklan. Tuturan-tuturan dalam teks tersebut mengandung unsur persuasif sebagai bagian dari kajian pragmatik. Dalam tiap KD-nya tidak menyampaikan materi tuturan sehingga pembahasan yang bisa masuk dalam kajian pragmatik sebenarnya perlu disampaikan dan diperkenalkan pada peserta didik jenjang SMP/MTs. Istilah pragmatik maupun tuturan harus sudah diperkenalkan sejak pendidikan dasar sebagai bekal siswa saat membaca referensi lain yang mempunyai istilah dalam bidang bahasa dan sastra. Hal ini mengingat informasi yang didapat peserta didik sebagai sumber referensi tidak hanya diambil dari buku teks yang disediakan pemerintah, melainkan dari internet. Google menyediakan beragam informasi dari sumber dan istilah yang dipakai. Jika dari awal peserta didik dikenalkan dengan istilah-istilah yang berkaitan dengan bahasa dan sastra Indonesia, akan lebih mudah peserta didik memperkaya informasinya.

Buku siswa maupun buku guru yang disediakan pemerintah mempermudah guru maupun peserta didik dalam melaksanakan proses pembelajaran. Apalagi buku-buku tersebut tersedia dalam bentuk *e-book*, maka akan mudah pula untuk menerapkannya saat guru harus memberikan materi pada peserta didik jika buku siswa dalam versi cetak belum tersedia. Memang hal ini sesuai kebijakan dari pemerintah pada implementasi kurikulum 2013 bahwa penggunaan buku pegangan siswa maupun guru tersebut disusun dan didistribusikan oleh pemerintah pusat (Asri, 2017). Berdasar pada kebijakan itulah akhirnya ada beberapa guru yang masih memfokuskan materi pembelajaran (dalam KD di kurikulum), terutama Bahasa Indonesia hanya pada buku teks.

Dari buku pegangan yang sudah disediakan memang menyesuaikan dengan KI dan KD dalam Permendikbud nomor 37 Tahun 2018. Materi teks iklan KD 3.3 berkaitan dengan mengidentifikasi teks iklan, KD 4.3 menyimpulkan isi iklan, KD 3.4 menelaah pola penyajian dan unsur kebahasaan, dan KD 4.4 menyajikan ajakan atau pesan dalam bentuk iklan (Permendikbud, 2018). Mencermati KD tersebut dapat dilihat belum ada penyampaian secara eksplisit materi ajar tentang tuturan yang berkaitan dengan pragmatik. Aspek kebahasaan KD 3.4 tentang unsur kebahasaan kalimat persuasif yang bersifat mengajak dengan tujuan supaya konsumen percaya dan meyakini produk dan jasa yang ditawarkan secara tidak langsung sudah masuk kajian pragmatik. Namun, istilah pragmatik belum dituangkan dalam materi.

B. LANDASAN TEORI



Thoif, dkk. (2021) dalam artikelnya menjelaskan bentuk persuasif yang ada di akun *Youtube* bisa diintegrasikan dalam pembelajaran. Tulisan dalam artikel ini juga akan membahas bentuk persuasif, tetapi berkaitan dengan iklan layanan masyarakat di *Youtube*.

Yuli (2021) dalam tesisnya menganalisis wacana persuasif dalam iklan kecantikan dan implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia. Meskipun sama dalam kajian persuasif, tetapi ada perberbedaan karena yang dikaji di tulisan ini adalah tuturannya (Sari, 2021). Meskipun dalam pembahasan iklan, tapi juga terdapat perbedaan dari jenis iklannya.

C. PEMBAHASAN

Youtube menjadi media belajar peserta didik. Mereka akan mendapatkan informasi dari *Youtube* melalui proses menonton atau menyaksikan. Proses ini bisa disebut literasi digital. Literasi digital merupakan sikap seseorang sebagai wujud kemampuan dalam menggunakan alat komunikasi untuk mengelola, mengintergrasikan, dan mengelola (Kurniawati & Baroroh, 2016)

1. Implementasi Literasi Digital

Perubahan zaman dari generasi Z ke generasi alpha tidak bisa dihindari oleh semua manusia. Pada generasi Z, masyarakat cenderung tidak lepas dari aktivitas media sosial, sedangkan generasi alpha dalam penggunaan gawai lebih awal (masih belia). Guru juga harus memahami itu dan mengikuti arus perubahan tersebut. Pengimplementasian gawai sebagai media pembelajaran sangat perlu untuk mendukung kemudahan proses pembelajaran. Salah satunya adalah *Youtube* yang digunakan untuk berbagi video.

Literasi digital tidak hanya dalam bentuk membaca informasi berbasis jaringan internet semata. Bentuk informasi bersifat *multiliteracies* yang digunakan untuk pengembangan materi, antara lain teknologi digital, informasi, multimedia, visual (gambar), audio, termasuk di dalamnya *Youtube* yang bersifat audiovisual (Riana Mardina, 2017). Tulisan ini kemudian mencoba mengaplikasikan *Youtube* sebagai media pembelajaran dengan bahan ajar iklan layanan masyarakat dengan tuturan persuasifnya.

2. Materi Ajar Dalam Kajian Pragmatik

Pada pendahuluan artikel sudah penulis sampaikan bahwa materi ajar dalam kajian pragmatik sepenuhnya masuk dalam materi tiap KD-KD dari kurikulum 2013. Kajian pragmatik adalah kajian maksud ada di balik tuturan seorang penutur dan lawan tutur yang masih terikat konteks (Rohmadi, 2014). Tuturan merupakan strategi kreasi yang dilakukan oleh pembicara dalam kesantunan berbahasa.



Iklan layanan masyarakat sebagai bagian bahan ajar yang bisa diintegrasikan dengan kajian pragmatik. Iklan yang berkonten dialog-dialog atau percakapan merupakan bagian dari tuturan yang bisa melengkapi materi ajar yang sudah ada sebelumnya. Peserta didik tidak hanya mendapatkan materi berkaitan dengan struktur dan unsur kebahasaan semata, tetapi juga mendapatkan materi pragmatik. Mungkin sebenarnya kajian pragmatik sudah masuk dalam materi menyimpulkan isi, misalnya pesan yang akan disampaikan kepada pembaca. Hal ini sesuai dengan pendapat Rohmadi (2014) menyatakan bahwa bahasa dalam konteks kehidupan sebagai alat komunikasi berfungsi untuk menyampaikan amanat dan pesan (Rohmadi, 2014). Hanya saja materi tersebut tertuang secara implisit, sehingga peserta didik kurang memahami bahwa yang dipelajari adalah bagian dari pragmatik.

Akan menjadi suatu ilmu pengetahuan baru jika kajian pragmatik tersampaikan secara eksplisit pada peserta didik. Dalam buku teks pegangan untuk peserta didik juga tertulis kajian pragmatik yang akan dilengkapi dengan sub-sub bahasanya.

3. Pengetahuan Teori Ahli Pragmatik

Pengetahuan materi pragmatik sebenarnya tidak cukup jika disampaikan pada peserta didik. Pembelajaran bahasa Indonesia di tingkat SMP/MTs menjadi modal awal untuk belajar bahasa di tahapan selanjutnya. Guru tidak akan tahu bahwa peserta didiknya kelak akan menjadi ahli bahasa. Maka akan lebih baik jika dari awal peserta didik dibekali teori-teori pragmatik lengkap dengan para ahli yang mengemukakannya.

Kajian pragmatik pun juga tidak akan selesai pada pembahasan teks iklan. Semua materi yang berkaitan dengan tuturan mampu dianalisis dengan teori pragmatik. Banyak ahli pragmatik yang bisa kita kenal, misalnya Sudaryanto, Halliday, Hymes, Leech, Givon, dan masih banyak lagi.

4. Bentuk-Bentuk Tuturan Persuasif

Persuasif merupakan wacana yang bertujuan memengaruhi kepada pembaca. Karena bersifat ajakan atau nasihat, maka melalui bahasanya yang ringkas dan menarik mengajak pembaca agar melakukan nasihat atau ajakan tersebut (Thoif dkk., 2021).

Kaitannya dengan teks iklan, bahwa iklan layanan masyarakat sebagai bagian dari jenis-jenis iklan, tuturan di dalamnya mengandung ajakan. Bentuk tuturan persuasif dalam tindak tutur menurut Searle ada 5, yaitu:

- a. Tindak tutur *assertive* merupakan tuturan yang dianggap penutur sebagai sesuatu yang paling baik dan benar. Tuturan ini biasanya ditandai menggunakan kata-kata, seperti “menyatakan”, “menyarankan”, “membual”,



“mengeluh”, “mengklaim/ mengecam”, “melaporkan”, dan “mengingatn” (Thoif dkk., 2021).

- b. Tindak tutur commisive disebut tuturan yang mengandung unsur perdagangan atau jual beli/niaga. Biasanya tuturan ini menggunakan kata, seperti “janji”, “kaul” (nadzar), “tawaran”, “perbuatan”, “kontrak”, “ancaman” dan “sumpah” (Thoif dkk., 2021).
- c. Tindak Tutur Ekspresiv berisi ungkapan penutur kepada lawan tutur karena adanya hubungan batin keduanya. Ungkapan yang disampaikan biasanya tentang pujian, rasa terima kasih, pemberian ucapan selamat, ungkapan syukur, permintaan maaf, kekecewaan, keprihatinan, dan kekaguman (Thoif dkk., 2021).
- d. Tindak Tutur Deklaratif biasanya disampaikan oleh penutur kepada mitra tutur yang berbeda derajat/strata sosialnya. Tuturan ini disampaikan dalam bentuk, seperti mengundurkan diri, membabtis, memecat, memberi nama, menjatuhkan hukuman, mengucilkan/membuang dan menceraikan.
- e. Tindak Tutur Direktif mengandung tuturan bersifat perintah, suruhan atau permintaan. Tuturannya dilengkapi dengan kata, seperti “cobloslah”, “pilihlah”, atau “dukunglah”.(Thoif dkk., 2021)

5. Konsep Penerapan Tuturan dalam Materi

Dalam konsep pembelajaran, peserta didik menyimak iklan yang salah satunya jenis iklan layanan masyarakat. Dialog-dialog yang terdapat dalam iklan kemudian dicatat. Pillihlah tuturan atau dialog yang termasuk tuturan persuasif. Tuturan tersebut kemudian dianalisis untuk diklasifikasikan dalam jenis tuturan persuasif tindak tutur apa.

D. PENUTUP

Materi ajar Bahasa Indonesia dari pemerintah sudah ditulis dalam Permendikbud. Namun, bukan berarti guru hanya terikat oleh kebijakan tersebut. Perlu ada penambahan materi yang lebih mendalam untuk menambah khazanah pengetahuan siswa dalam bidang pragmatik sebagai salah satu cabang ilmu yang turut andil dalam memperkaya pengetahuan siswa. Pragmatik bisa kita integrasikan dengan materi unsur kebahasaan teks, terutama kalimat persuasif. Ahli-ahli sebagai bagian dari pengetahuan baru tentang tokoh-tokoh bahasa dan sastra di Indonesia juga perlu disampaikan kepada peserta didik. Dengan demikian, kajian ilmu pragmatik tidak akan menjadi hal baru bagi mereka.

DAFTAR PUSTAKA



- Asri, A. S. (2017). Telaah Buku Teks Pegangan Guru Dan Siswa Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Kelas Vii Berbasis Kurikulum 2013. *RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa*, 3(1), 70–82. <https://doi.org/10.22225/jr.3.1.94.70-82>
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8 (2), 51–66.
- Permendikbud. (2018). *Permendikbud No 37 Tahun 2018 KI-KD SD MI SMP SMA*.
- Riana Mardina. (2017). *Literasi Digital Bagi Generasi Digital Natives, Prosiding Conference Paper. Mei*, 340–352.
- Ritonga, M. (2018). Politik dan Dinamika Kebijakan Perubahan Kurikulum Pendidikan di Indonesia Hingga Masa Reformasi. *Bina Gogik*, 5 (2), 88–102.
- Rohmadi, M. (2014). Kajian Pragmatik Percakapan Guru Dan Siswa Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Paedagogia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret*, 17 (1), 53–61.
- Sari, Y. (2021). *Analisis Wacana Persuasif Iklan Produk Kecantikan Pada Media Online Tribun Sumsel dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia*. Universitas Tridianti Palembang.
- Sutarsih. (2016). Materi Pembelajaran Bahasa Indonesai SMP di Kabupaten Demak Tahun 2014. *Madah*, 7 (1), 63–74.
- Thoif, M., Nirmala, A. A., & Anwar, S. (2021). Bentuk Persuasif Pada Unggahan Konten Akun Youtube Jess No Limit dan Implikasinya Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), 226–237.