

# **BAB I**

## **PE NDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bahasa merupakan elemen penting dalam kehidupan manusia. Karena bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan antara manusia satu dengan manusia lainnya. Melalui bahasa seseorang dapat mengetahui informasi dan bertukar pikiran, sehingga dapat dikatakan bahasa selain sebagai alat komunikasi juga digunakan untuk memperoleh pengetahuan. Menurut Kridalaksana (2008: 24) bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang sewenang-wenang dan bermakna yang digunakan kelompok masyarakat untuk menjalin kerjasama dalam berkomunikasi serta mengidentifikasi diri. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa bahasa merupakan media komunikasi yang digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi dan pengetahuan serta digunakan sebagai sarana untuk menjalin kerjasama dalam masyarakat.

Dalam rangka bertukar informasi dan pengetahuan dalam lingkup masyarakat, bahasa juga dapat diartikan sebagai media promosi untuk sebuah barang atau jasa. Penggunaan bahasa sebagai media promosi untuk menawarkan barang atau jasa contohnya terdapat dalam sebuah iklan yang beredar di masyarakat. Iklan penawaran barang dan jasa yang terdapat dalam sebuah brosur juga merupakan salah bentuk wacana dalam konteks pemakaian bahasa. Sebagai wacana, iklan penawaran barang dan jasa pada brosur mengandung satuan-satuan kebahasaan berupa wacana. Di samping itu, dalam wacana juga terkandung makna konteks pemakainya (Mulyana, 2005: 6). Dalam berkomunikasi sangatlah penting untuk memperhatikan unsur-unsur

tersebut. Komunikasi verbal dibagi menjadi dua yaitu wacana lisan dan wacana tulis. Wacana lisan terdapat pada siaran televisi, radio, khotbah, dan pidato. Sedangkan wacana tulisan dapat dilihat di buku, majalah, surat kabar, brosur dan masih banyak lagi.

Salah satu contoh nyata sebuah wacana tulisan di masyarakat adalah media cetak berupa brosur, yaitu suatu iklan yang digunakan oleh seseorang untuk menawarkan barang dan jasa kepada konsumen dalam bentuk selebar kertas. Media cetak brosur sangat berbeda dengan media massa cetak lainnya. Brosur biasanya hanya menggunakan media berupa tulisan dan gambar yang bertujuan agar mudah di mengerti oleh pembaca. Selain tulisan dan gambar yang mudah di mengerti, brosur juga menggunakan bahasa persuasif sehingga menjadikan brosur menarik bagi masyarakat untuk membaca dan kemudian membeli atau mencoba barang atau jasa yang di promosikan dalam brosur tersebut. Brosur bisa dibagikan melalui surat atau juga surat elektronik atau dengan membagi-bagi dalam satu event promosi baik di dalam ruangan maupun luar ruangan.

Bahasa persuasif yang digunakan dalam brosur merupakan suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang (Keraf, 2007: 118). Kalimat persuasif bertujuan agar pembaca atau pendengar melakukan sesuatu tindakan setelah penerima kalimat persuasif membaca atau mendengarkan kalimat persuasif, maka kalimat persuasif itu sangat mempengaruhi pembaca atau pendengar untuk mengambil keputusan. Mereka yang menerima kalimat persuasif harus yakin untuk mengambil keputusan, bahwa keputusan yang diambil penerima kalimat persuasif adalah keputusan yang tepat dan dilakukan tanpa adanya paksaan.

Kalimat persuasif tentunya juga ditemukan di banyak iklan-iklan, salah satunya pada brosur, karena di dalam brosur terdapat kalimat ajakan atau berdaya bujuk yang mempengaruhi pembaca untuk mengambil keputusan atau tindakan. Hal inilah yang kemudian membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang wacana persuasif pada brosur, khususnya brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto.

Brosur layanan bimbingan belajar yang dijadikan sebagai objek penelitian menggunakan beberapa teknik persuasif yang membuat peneliti semakin tertarik untuk meneliti lebih lanjut. Teknik persuasif yang terdapat dalam brosur diantaranya adalah, teknik rasionalisasi, teknik indentifikasi, teknik sugesti, teknik konformitas, teknik kompensasi, teknik penggantian dan teknik proyeksi yang semuanya berfungsi untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, munculnya wacana dalam brosur layanan bimbingan belajar menjadi dorongan lain bagi peneliti untuk mengkaji teknik-teknik persuasif yang digunakan. Dari sejumlah wacana dalam brosur layanan bimbingan belajar yang diperoleh peneliti, peneliti menemukan perbedaan antara wacana brosur layanan bimbingan satu dengan yang lainnya. Letak perbedaannya terdapat pada kalimat ajakan, fasilitas, program yang ditawarkan setiap layanan bimbingan belajar.

Dalam brosur layanan bimbingan belajar tidak hanya memproduksi wacana persuasif tetapi brosur tersebut juga mempengaruhi pembaca untuk melakukan tindakan, karena kalimat persuasif dalam brosur tersebut bertujuan untuk mempengaruhi pembaca untuk melakukan tindakan. Munculnya wacana persuasif pada brosur layanan bimbingan belajar di tempat-tempat umum, membuat masyarakat dengan mudah mendapatkan brosur layanan bimbingan belajar. Dengan

disebarluaskannya brosur layanan bimbingan belajar di tempat-tempat umum, pembaca tidak usah mengeluarkan tenaga lagi untuk mencari dan mendatangi layanan bimbingan belajar supaya mengetahui informasi layanan bimbingan belajar. Melalui brosur, pembaca akan lebih mudah mengetahui informasi tanpa harus mendatangi layanan bimbingan belajar. Dengan begitu brosur diharapkan menjadi media yang efektif untuk promosi layanan bimbingan belajar.

Peneliti menemukan ungkapan persuasif pada brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto sebagai berikut:

(1) : “Ayo Ikuti Kelas Gratis!!”

Pada wacana ke (1) merupakan ungkapan persuasif yang bersifat **ajakan**. Wacana tersebut merupakan ungkapan yang isinya bersifat **ajakan** karena pada wacana tersebut peneliti mengajak pembaca untuk mengikuti kelas gratis yang disediakan oleh layanan bimbingan belajar. Kata “Ayo” dalam wacana tersebut merupakan kata yang berfungsi untuk mengajak pembaca untuk melakukan tindakan. Kemudian setelah membaca wacana persuasif tersebut pada brosur, pembaca akan tertarik dan mengikuti kelas gratis yang di sediakan di layanan bimbingan belajar tersebut. Dengan menggunakan ungkapan persuasif yang bersifat **ajakan** pada brosur layanan bimbingan belajar tersebut, pembaca akan lebih yakin untuk mengikuti kelas gratis. Ungkapan persuasif yang isinya bersifat ajakan sangat cocok digunakan dalam wacana brosur tersebut, karena membuat pembaca semakin tertarik.

Selain itu, penulis menemukan teknik persuasif pada brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto sebagai berikut:

(2) “DAFTAR SEGERA!!! Dan Nikmati Fasilitas Dari Kami. Dimanapun sekolahmu, lesnya ya tetap di Solusi”

Pada wacana ke (2) yang terdapat dalam brosur layanan bimbingan belajar RUMAH PINTAR SOLUSI terdapat kata-kata “DAFTARKAN SEGERA!!! Dan Nikmati Fasilitas Dari Kami. Dimanapun sekolahmu, lesnya ya tetap di Solusi”, wacana tersebut merupakan **teknik rasionalisasi** yang bertujuan untuk mengajak pembaca untuk segera mendaftarkan di layanan bimbingan belajar RUMAH PINTAR SOLUSI dan menikmati fasilitas yang diberikan oleh layanan bimbingan belajar tersebut. Penulis berusaha memberikan solusi bagi pembaca yang sedang mencari layanan bimbingan belajar untuk segera mendaftarkan pada layanan bimbingan belajar tersebut kemudian, menikmati fasilitasnya. Dengan menggunakan kalimat persuasif tersebut pembaca akan lebih tertarik dengan layanan bimbingan belajar tersebut.

Brosur layanan bimbingan di purwokerto juga mengandung aspek dan efek komunikasi, berikut penjelasannya:

### (3) COBA GRATIS

Wacana ke (3) pada brosur tersebut memiliki aspek dan efek komunikasi yang ditimbulkan setelah membaca wacana tersebut. Dalam wacana ke (3) merupakan **aspek ekonomi** karena wacana “COBA GRATIS” akan mempengaruhi pembaca untuk mencoba layanan bimbingan belajar secara gratis dan pembaca berasumsi bahwa dengan mencoba layanan bimbingan belajar secara gratis akan menghemat pengeluaran keuangan. Dengan demikian pembaca akan tertarik untuk mencoba dilayanan bimbingan belajar tersebut karena gratis. Selain memiliki **aspek ekonomi**, wacana brosur tersebut menimbulkan **efek komunikasi positif** karena pembaca terdorong untuk mencoba layanan bimbingan belajar tersebut secara gratis. Setelah pembaca mencoba secara gratis layanan bimbingan belajar tersebut, kemudian

pembaca tertarik untuk mendaftar di layanan bimbingan itu, maka wacana tersebut memiliki **aspek komunikasi positif**.

Dari beberapa fenomena yang peneliti temukan, peneliti berasumsi bahwa brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto terdapat penggunaan ungkapan persuasif, teknik persuasif, dan aspek dan efek komunikasi yang ditimbulkan setelah membaca brosur layanan bimbingan belajar tersebut. Dengan demikian perlu dibuktikan dengan data yang empiris. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wacana yang mengandung persuasif. Sumber data yang digunakan adalah brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto periode 2018 -2019. Untuk mengetahui benar atau tidaknya asumsi peneliti, maka penelitian yang berjudul **“Wacana Persuasif pada Brosur Layanan Bimbingan Belajar di Wilayah Purwokerto Periode 2018-2019”** penting untuk diteliti secara empiris menggunakan wacana persuasif.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa saja ungkapan persuasif yang terdapat dalam brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto periode 2018-2019?
2. Apa saja teknik persuasif yang terdapat dalam brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto periode 2018-2019?
3. Apa saja aspek dan efek komunikasi yang terdapat dalam brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto periode 2018-2019?

### **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. mendeskripsikan ungkapan persuasif yang terdapat dalam brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto periode 2018-2019.
2. mendeskripsikan teknik persuasif yang terdapat dalam brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto periode 2018-2019.
3. mendeskripsikan aspek dan efek komunikasi yang terdapat dalam brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto periode 2018-2019.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat (1) memberikan sumbangsih pengetahuan kepada pembaca tentang teknik persuasif. (2) memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang wacana persuasif pada brosur layanan bimbingan belajar di wilayah Purwokerto periode 2018-2019. (3) memberikan pemahaman kajian wacana menggunakan ungkapan persuasif, teknik persuasif, aspek dan efek komunikasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi refrensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk lebih memperluas pengetahuan tentang ungkapan persuasif, teknik persuasif, aspek dan efek komunikasi.
- b. Bagi pembuat brosur, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mempromosikan layanan bimbingan belajar dengan mempertimbangkan ungkapan persuasif, teknik persuasif, dan aspek dan efek komunikasi sehingga brosur tersebut lebih menarik perhatian pembaca.