

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi dan mengidentifikasikan diri. Dengan demikian, dalam menjalani kehidupan, manusia tidak terlepas dari Bahasa. Menurut Keraf (2004: 1) bahasa adalah simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Sementara menurut Mulyati (2015: 2) bahasa dapat diartikan sebagai alat untuk menyampaikan sesuatu yang terlintas di dalam hati. Namun lebih jauh bahwa bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi.

Penggunaan bahasa sangatlah luas mencakup segala aspek kehidupan manusia. Penggunaan bahasa yang lazim digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari adalah bahasa lisan dan bahasa tulis. Penggunaan bahasa tulis dalam kehidupan sehari-hari misalnya : (1) pada surat kabar atau media massa, (2) untuk penyusunan wacana yang bersifat sastra, seperti: cerpen, novel, dan puisi, dan (3) pada wacana-wacana yang bersifat persuasif, seperti poster dan iklan.

Iklan merupakan salah satu alat yang paling umum digunakan untuk kepentingan publikasi. Iklan juga dijadikan sebagai sarana pendidikan. Berkaitan dengan iklan sebagai sarana pendidikan, iklan merupakan salah satu materi yang diajarkan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. Guru sebagai fasilitator dalam pembelajaran di kelas, sering menggunakan iklan dari berbagai sumber sebagai bahan dalam pembelajaran menulis teks persuasi di kelas. Iklan dari berbagai sumber yang digunakan guru salah satunya bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada

peserta didik agar mengetahui mana suatu teks yang ada kaitannya dengan ajakan dan mana suatu teks yang hanya berupa argumen dan deskripsi saja.

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada siswa kelas VIII D SMP Negeri 3 Belik kecamatan Belik Kabupaten Pematang Jaya diketahui bahwa kondisi siswa dalam hal menulis masih sangat kurang dan minat siswa dalam belajar menulis masih terbilang rendah. Siswa juga masih cenderung ada kekeliruan dalam menulis teks persuasi. Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM) mata pelajaran Bahasa Indonesia yang ditetapkan pada sekolah tersebut adalah 70,00. Namun nilai rata-rata materi teks persuasi siswanya hanya 53,85. Jumlah siswa yang dapat mencapai KKM sebanyak 6 dari 28 siswa.

Berdasarkan fakta di atas, guru sudah melakukan upaya untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai materi teks persuasi. Salah satu upaya yang sudah dilakukan oleh guru di antaranya menggunakan contoh iklan dari berbagai sumber, seperti iklan di media sosial *instagram* sebagai acuan. Iklan dari *instagram* digunakan karena penggunaannya lebih populer di kalangan siswa, dari 28 siswa di kelas VIII D 20 siswa diantaranya merupakan pengguna *instagram*. Sehingga penggunaan contoh iklan dari *instagram* diharapkan dapat memudahkan siswa dalam memahami materi pembelajaran. Namun kenyataannya kemampuan siswa dalam memahami teks persuasi masih belum baik. Hal tersebut dimungkinkan contoh iklan yang digunakan sebagai acuan masih membingungkan, sehingga siswa tidak dapat membedakan mana suatu kalimat yang ada kaitannya dengan ajakan dan mana suatu kalimat yang hanya berupa argumen dan deskripsi saja.

*Instagram* sebagai salah satu situs jejaring sosial yang populer di Indonesia dengan jumlah pengguna sebanyak 150 juta di tahun 2019, sering dijadikan sebagai

media untuk mengiklankan sebuah produk dengan tujuan untuk membujuk pembaca supaya tertarik dan menggunakan produk yang diiklankan, iklan yang ada di *instagram* berupa tulisan keterangan di bawah unggahan foto atau video disebut dengan *caption* , Salah satu fungsi *caption* dalam iklan di media sosial *instagram* adalah sebagai persuasi, yaitu mempengaruhi pembaca agar tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Salah satu produk yang menggunakan *instagram* sebagai media iklan adalah produk kecantikan merek Garnier dengan nama akun *@garnierindonesia* dengan jumlah pengikut sebanyak 227 ribu.

*Caption instagram* yang ditemukan oleh peneliti dalam akun *@garnierindonesia* pada unggahan 16 Oktober 2019 adalah sebagai berikut

Say hello to Garnier Sakura  
White Whipe Fhoam! Fhoam wajah dengan  
kandungan Hyaluron Serum dan Ekstrak Sakura  
yang bekerja dengan lembut bahkan di kulit  
sensitif. Selamat tinggal kulit kusam, kering,  
dan ketarik saatnya #ShowYourGlow !  
#GarnierIndonesia

Menurut data, *caption* unggahan tanggal 16 Oktober 2019 belum menerapkan ungkapan persuasif secara lengkap, *caption* unggahan tersebut hanya menerapkan satu ungkapan saja yaitu menegaskan . Fenomena tersebut mendorong peneliti untuk mengetahui lebih jauh tentang penerapan ungkapan persuasif pada *caption instagram* dalam akun *@garnierindonesia* . Hal tersebut karena ungkapan persuasif merupakan unsur penting dalam wacana persuasif yang fungsinya untuk mempengaruhi pikiran mitra tutur supaya menerima atau melakukan sesuatu seperti yang diinginkan penulis yang berupa ajakan, saran, meyakinkan, dan menegaskan.

Salah satu kompetensi dasar (KD) aspek menulis mata pelajaran Bahasa Indonesia kurikulum 2013 di SMP kelas VIII pada semester 2 yang terdapat pada KD

4.14 yaitu menyajikan teks persuasi (saran, ajakan, dan pertimbangan) secara tulis dan lisan dengan memperhatikan struktur kebahasaan atau aspek lain. Berkenaan dengan kompetensi dasar tersebut, peneliti memilih *caption instagram* dalam akun *@garnierindonesia* agar dapat dijadikan bahan ajar berupa materi pada saat pembelajaran keterampilan menulis teks persuasi. Peneliti memilih *instagram* sebagai data penelitian agar mempermudah pemahaman siswa pada saat pembelajaran keterampilan menulis teks persuasi, karena *instagram* termasuk ke dalam media sosial yang populer saat ini. Sehingga diharapkan dapat menarik minat siswa dalam pembelajaran. Oleh karena itu peneliti menyusun penelitian yang berjudul Ungkapan Persuasif pada *Caption Instagram* Iklan Produk Kecantikan Garnier pada Bulan September-Oktober 2019 dan Implementasinya dalam Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Kelas VIII SMP, dengan harapan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan ajar berupa materi dalam pembelajaran keterampilan menulis teks persuasi di kelas VIII SMP semester 2.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut ini.

1. Bagaimanakah ungkapan persuasif yang terdapat pada wacana persuasif dalam *caption* akun *instagram @garnierindonesia* pada bulan September-Oktober 2019?
2. Bagaimanakah implementasi ungkapan persuasif pada *caption instagram* iklan produk kecantikan Garnier pada bulan September – Oktober 2019 bagi pembelajaran menulis teks persuasi kelas VIII SMP?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. mendeskripsikan ungkapan persuasif yang terdapat dalam *caption* akun *instagram @garnierindonesia* pada bulan September-Oktober 2019;
2. mendeskripsikan implementasi ungkapan persuasif pada *caption instagram* iklan produk kecantikan Garnier pada bulan September-Oktober 2019 bagi pembelajaran menulis teks persuasi kelas VIII SMP.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dibagi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca tentang pengkajian bahasa dalam bidang wacana persuasif.

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

- a. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi tambahan mengenai wacana persuasif.
- b. Bagi pengajar atau pendidik hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai materi ajar khususnya Sekolah Menengah Pertama (SMP) pada pembelajaran bahasa Indonesia di kelas VIII.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan inspirasi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang wacana persuasif.