

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persuasif merupakan sebuah seni verbal yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi orang lain agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau waktu yang akan datang. Persuasi juga merupakan bagian dari sebuah komunikasi yang kompleks antara individu atau kelompok untuk mengungkapkan pesan baik disengaja maupun tidak disengaja melalui cara verbal maupun nonverbal untuk mendapatkan sebuah respon tertentu dari individu atau kelompok lain. Dalam merubah sikap, keyakinan dan pendapat orang lain persuasif berusaha tetap menggunakan cara yang baik dan beretika tertentu tanpa memaksakan kehendak orang tersebut. Persuasif juga memiliki tiga daya yaitu berdaya bujuk, berdaya ajak dan berdaya himbau. Teknik persuasif memiliki tujuh macam yang meliputi rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian dan proyeksi.

Iklan (advertisement) merupakan produk yang dihasilkan dari kegiatan beriklan (periklanan atau advertising). Iklan menjadi sebuah bagian terpenting dalam bidang komersial. Iklan harus dibuat semenarik mungkin agar dapat memberikan pengaruh kepada konsumen untuk mempertimbangkan atau membeli produk yang sedang diiklankan. Sebuah iklan memiliki tujuan untuk menciptakan suatu kesan (brand image) sehingga dapat mempengaruhi orang untuk membeli produk yang tengah diiklankan. Penggunaan bahasa persuasif dalam iklan memiliki tujuan untuk menarik, mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang tengah diiklankan. Youtube merupakan salah satu media yang dimanfaatkan oleh produsen untuk

mempromosikan produknya karena youtube lebih mudah di akses oleh semua kalangan masyarakat. Setiap iklan produk smartphone memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk *smartphone* lainnya hal ini membuat konsumen lebih selektif dalam mengambil keputusan untuk memilih produk smartphone sesuai dengan kebutuhannya. Iklan *smartphone* yang digunakan dalam penelitian ini merupakan merek smartphone yang sering dijumpai dalam keseharian seperti merek Samsung, Xiaomi, Oppo dan merek smartphone lainnya.

Pada saat peneliti melihat video di youtube ada sebuah iklan *smartphone* Samsung Galaxy A51 & A71. Samsung Galaxy A51 & A71 merupakan model smartphone yang memiliki kamera yang bagus serta batrai yang kuat . Perhatikan kutipan iklan smartphone di bawah ini :

“Awesome camera , awesome two day battery and awesome is for everyone”
DP/DB/SGA/15

Kata *awesome camera* dan *aweome two day battery* pada kutipan diatas mengandung bentuk bujuk . Kata *awesome camera* pada kutipan di atas memiliki maksud bahwa Samsung A51 & A71 memiliki kamera yang bagus sehingga foto yang dihasilkan lebih jernih dan bagus. Lalu kata *awesome two day battery* memiliki arti bahwa Samsung Galaxy A51 & A71 memiliki ketahanan battery selama dua hari sehingga pengguna tidak perlu khawatir akan kehabisan batrai ketika melakukan perjalanan jauh. Dengan menggunakan Samsung Galaxy A51 & A71 semua hal yang dilakukan oleh pengguna akan terasa lebih keren dan menyenangkan. Semua kelebihan dan fitur yang dimiliki oleh Samsung Galaxy A51 & A71 digunakan untuk membujuk konsumen untuk membeli dan menggunakan Samsung Galaxy A51 & A71 yang memiliki semua fitur yang diperlukan oleh penggunanya.

Pada kesempatan lain,peneliti juga menemukan sebuah iklan *smartphone* Xiaomi 12 Series x BCL yang terdapat pada youtube Xiaomi 12 Series x BCL merupakan *smartphone* yang didesain membantu penggunaanya dalam hal pengambilan gambar supaya gambar yang diambil lebih bagus dan lebih jernih. Perhatikan kutipan iklan di bawah ini:

“*Mate Finish dan Ultimate A+ Display (68 bilion colors).*” (DP/DB/XI12S/16)
“*Xiaomi twenty series master every scene.*” (DP/DB/XI12S/17)

Kutipan iklan diatas mengandung bentuk bujuk yang ditunjukan pada kata *Master every scene* dan *Ultimate A+ Display* . Kata *master every scene* memiliki arti bahwa Xiaomi 12 Series merupakan *smartphone* yang dapat membantu pengguna untuk mengambil gambar dari berbagai arah . Kata *Ultimate A+ Display* pada Datadi atas menjelaskan bahwa Xiaomi 12 Series merupakan *smartphone* yang memiliki layar display yang lebar sehingga mempermudah pengguna saat menggunakan Xiaomi 12 Series ini. Saat pengguan membeli Xiaomi 12 Series akan mendapatkan berbagai macam fitur yang membantu mereka dalam hal pengambilan foto yang lebih jernih. Xiaomi 12 Series memberikan pengalaman kepada konsumen akan *smartphone* yang dapat membantu mereka melakukan barbagai macam hal yang menarik ditunjang dengan berbagai fitur yang lengkap. Xiaomi 12 Series ini dilengkapi dengan tiga kamera yang dapat membantu konsumen untuk mengambil foto secara sempurna. Xiaomi 12 Series juga memiliki warna *smartphone* yang cantik sehingga dapat menambah atau mempercantik penampilan penggunaanya. Dengan segala kelebihan yang ditawarkan oleh Xiaomi 12 Series pengguna akan mulai terbujuj untuk memiliki *smartphone* tersebut.

Pada kesempatan yang berbeda ketika peneliti akan melihat video ternyata terdapat sebuah iklan *smartphone* Samsung Galaxy Note 9. Samsung Galaxy Note 9

merupakan smartphone yang memiliki baterai serta penyimpanan yang luas sehingga dapat menyimpan berbagai macam data dan foto yang banyak. Perhatikan kutipan iklan di bawah ini:

“Meet new super powerful note. All new powerful S Pen, powerful all day battery and the power to store more the new super powerful note Galaxy Note 9” (DP/DB/SGN/18)

Iklan di atas menggunakan bentuk bujuk. Bentuk bujuk yang ditunjukkan pada iklan di atas adalah Samsung Galaxy Note 9 merupakan sebuah *smartphone* terbaru yang dilengkapi dengan S Pen yang bagus sehingga tidak susah ketika menggunakan S Pen tersebut. Samsung Galaxy Note 9 juga dilengkapi dengan baterai yang tahan lama sehingga dapat digunakan dalam waktu yang lebih lama. *Smartphone* ini juga dilengkapi dengan penyimpanan yang luas sehingga dapat menampung banyak data serta foto didalamnya. Samsung Galaxy Note 9 dapat mempermudah pengguna untuk melakukan berbagai macam aktifitas yang diperlukan sehingga pengguna akan merasa terbantu ketika menggunakan *smartphone* merek ini. Dengan segala kelebihan yang ditawarkan pengguna akan merasa tertarik untuk membeli Samsung Galaxy Note 9 karena memiliki berbagai macam keunggulan yang dapat mempermudah segala macam pekerjaan. Pengguna akan merasa puas ketika membeli Samsung Galaxy Note 9 karena akan dimanja dengan segala fitur yang ada didalamnya.

Ketika peneliti membuka youtube tidak sengaja menemukan iklan *smartphone* Nokia G11 yang terdapat pada akun youtube. Nokia G11 merupakan *smartphone* yang dapat dibawa kemana saja tanpa takut baterai habis. Perhatikan kutipan iklan di bawah ini:

“There day battery life for all adventures. Love it, trust it and keep it”
(TP/SGT/NG11/24)

Kutipan iklan di atas termasuk ke dalam sugesti. Sugesti yang tergambar pada Datadi atas adalah kekuatan atau ketahanan batrai dari Nokia G11 yang sangat kuat sehingga bisa dibawa kemana saja dalam waktu yang cukup lama. Nokia G11 juga cocok dibawa untuk adventure karena batrai dari Nokia G11 bisa tahan selama tiga hari berturut turut. Pada saat ini *smartphone* yang memiliki ketahanan batrai bagus sangat dicari oleh banyak orang karena mereka tidak perlu mengisi daya batrai setiap saat. Kelebihan yang ditonjolkan oleh Nokia G11 dapat mensugesti pengguna untuk memiliki *smartphone* dengan daya batrai yang kuat.

Fenomena lainnya ditemukan oleh peneliti pada iklan *smartphone* Vivo V23 5G yang terdapat pada youtube. Vivo V23 5G merupakan *smartphone* yang memberikan kemudahan kepada pengguna untuk mengambil gambar dengan hasil gambar yang bagus. Perhatikan kutipan iklan di bawah ini:

“Vivo V23 5G *Inspire Every Potrait*” (TP/SGT/VV23/25)

Pada kutipan iklan di atas kata *inspire every potrait* menunjukkan bentuk sugesti. Kata *inspire every potrait* memiliki arti bahwa Vivo V23 5G merupakan *smartphone* yang memberikan kemudahan kepada pengguna untuk mengambil gambar dengan jelas. Vivo V23 5G merupakan *smartphone* yang memiliki beberapa fitur andalan yang dapat membantu pengguna untuk mendapatkan jenis foto yang bagus. Sugesti yang digunakan pada Datadi atas adalah menggunakan slogan dari Vivo V23 5G yang mampu menarik perhatian penggunanya. Kata *inspire every potrait* memiliki arti bahwa Vivo V23 5G merupakan *smartphone* yang dapat membantu penggunanya mendapatkan gambar yang jernih dan bagus. Dengan menggunakan slogan tersebut diharapkan pengguna dapat tersugesti untuk membeli VivoV23 5G yang dilengkapi dengan kamera yang bagus sehingga gambar yang dihasilkan jauh lebih jernih dari pada merek *smartphone* lainnya.

Fenomena yang terakhir ditemukan peneliti pada iklan smartphone Oppo F5 yang terdapat pada youtube . Oppo F5 merupakan smartphone yang dapat digunakan untuk berfoto dan menghasilkan gambar yang bagus. Perhatikan kutipan iklan di bawah ini:

*“Berani cintai unikmu dengan **AI beauty teknologi** yang mengerti semua uniknya setiap pribadi.” (TP/SGT/OF5/26)*

Kutipan iklan di atas menggunakan sugesti. Sugesti yang tergambar pada Datadi atas adalah menyampaikan keunggulan yang dimiliki oleh Oppo F5. Oppo F5 dilengkapi dengan AI beauty teknologi yang dapat digunakan oleh pengguna ketika berfoto. Selain itu Oppo F5 juga merupakan smartphone yang bagus dalam hal pengambilan gambar sehingga gambar yang didapat juga lebih bagus dan lebih jernih. Oppo F5 membantu penggunanya mendapatkan gambar yang bagus sehingga pengguna tidak perlu menggunakan banyak filter ketika mengambil gambar. Keunggulan *smartphone* Oppo ini terletak pada kamera yang mumpuni dan memiliki bermacam fitur yang dapat digunakan selama berfoto. Semua kelebihan dari Oppo F5 dapat mensugesti pengguna *smartphone* untuk membeli *smartphone* merek ini agar foto yang dihasilkan lebih bagus.

Dari enam peristiwa yang ditemukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa iklan yang dijumpai dalam keseharian kita ternyata banyak mengandung persuasif, terkhususnya daya dan teknik persuasif sehingga peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai daya dan teknik persuasif yang terdapat pada iklan. Untuk mengetahui lebih banyak lagi maka peneliti melakukan penelitian empiris guna menemukan daya dan teknik persuasif pada iklan maka dari itu peneliti mengajukan sebuah judul skripsi *Daya dan Teknik Persuasif Tutaran Iklan Smartphone Pada Youtube unggahan Januari – Mei 2022*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian yang berjudul *Daya dan Teknik Persuasif Iklan Smartphone Pada Youtube Unggahan Januari – Mei 2022* dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah daya persuasif dalam Dataiklan *smartphone* pada *youtube* unggahan Januari – Mei 2022?
2. Bagaimanakah teknik persuasif dalam Dataiklan *smartphone* pada *youtube* unggahan Januari – Mei 2022?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan dan mengetahui daya persuasif Dataiklan *smartphone* pada *youtube* unggahan Januari – Mei 2022.
2. Untuk mendeskripsikan dan mengetahui teknik persuasif dalam tDataiklan *smartphone* pada *youtube* unggahan Januari – Mei 2022.

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian yang baik seharusnya memiliki manfaat bagi orang yang membacanya. Pada penelitian ini terdapat dua manfaat yang dapat diambil oleh mahasiswa atau orang yang akan membaca penelitian ini. Kedua manfaat tersebut adalah manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis merupakan manfaat penelitian bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Manfaat praktis menjelaskan manfaat yang berguna untuk memecahkan suatu permasalahan secara praktis .

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan tentang teori dalam bidang kebahasaan , khususnya tentang kajian persuasif.
- b. Selain untuk menambah wawasan pengetahuan penelitian ini juga dapat menjadikan sebagai sumber informasi tentang persuasif dan teknik yang ada dalam persuasif.
- c. Penelitian dapat menjadi rujukan mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia terkait skripsi yang berhubungan dengan teknik persuasif pada iklan.
- d. Penelitian ini dapat menjadikan bahan pendukung atau teori yang berhubungan dengan kajian persuasif dan teknik yang terdapat didalam persuasif.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi acuan dan inspirasi penelitian bahasa untuk mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memperdalam pemahaman tentang persuasif dan teknik yang ada dalam persuasif.
- c. Bagi pembuat iklan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan untuk membuat iklan yang lebih menarik dan inovatif sehingga iklan yang ditampilkan memiliki daya tarik yang bagus.