

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan tentang (1) latar belakang, (2) masalah penelitian, (3) tujuan penelitian, (4) definisi operasional, (5) manfaat penelitian, dan (6) ruang lingkup penelitian. Keenam hal tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1.1 Latar Belakang

Manusia pada hakikatnya berkomunikasi melalui bahasa dalam kegiatan menulis dan membaca. Bahasa merupakan alat komunikasi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Bahasa selalu digunakan manusia dalam berinteraksi dengan orang lain. Menurut Chaer dan Agustina (2010:14), secara tradisional bahasa merupakan alat untuk berinteraksi (berkomunikasi) dalam artian, alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep, atau juga perasaan.

Chaer dan Agustina (2010:15), menyatakan bahwa fungsi bahasa terbagi menjadi enam. Pertama, dilihat dari segi penutur, bahasa itu berfungsi personal atau pribadi, yaitu penutur menyatakan sikap terhadap apa yang dituturkannya, bukan hanya mengungkapkan emosi melalui bahasa, tetapi juga memperlihatkan emosi sewaktu menyampaikan tuturannya. Kedua, dilihat dari segi pendengar, bahasa itu berfungsi direktif yaitu mengatur tingkah laku pendengar. Ketiga, dilihat dari segi kontak antara penutur dan pendengar, bahasa berfungsi sebagai fatik yaitu menjalin hubungan, memelihara, memperlihatkan perasaan sahabat,

atau solidaritas sosial. Keempat, dilihat dari segi topik ujaran, bahasa itu berfungsi refrensial yaitu membicarakan objek atau peristiwa di sekeliling penutur atau yang ada dalam budaya sebelumnya. Kelima, dilihat dari segi kode yang digunakan, bahasa berfungsi metalingual atau metalinguistik yaitu bahasa dimanfaatkan untuk membicarakan atau menjelaskan bahasa itu sendiri. Keenam, dilihat dari segi amanat yang disampaikan bahasa berfungsi imajinatif, yaitu bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan.

Melihat dari fungsi di atas, bahasa juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang diterapkan dalam keterampilan berbahasa berbicara. Pada dasarnya dari keterampilan berbicara merupakan awal mula keterampilan berbahasa yang dikenal oleh manusia. Terbukti pada usia 8-10 bulan bahasa yang pertama kali diajarkan pada manusia adalah bahasa lisan (kegiatan berbicara). Berbicara merupakan suatu keterampilan berbahasa yang berkembang pada kehidupan anak, yang hanya didahului oleh keterampilan menyimak, dan pada masa tersebut kemampuan berbicara atau berujar dipelajari (Tarigan, 2008:3).

Keterampilan berbicara digunakan sebagai suatu cara berkomunikasi. Seperti pada kegiatan pemasaran yang perlu didukung dengan komunikasi yang baik. Tujuannya agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Tarigan (2008:8), menjelaskan bahwa “komunikasi mempersatukan para individu ke dalam kelompok-kelompok dengan jalan menggolongkan konsep-konsep umum”. Oleh sebab itu, komunikasi yang baik dapat mempengaruhi mitra tutur atau pendengarnya.

Kegiatan menawarkan barang dalam konteks pemasaran merupakan keadaan yang memerlukan keterampilan berbicara (komunikasi) yang baik. Kegiatan berbicara dalam kegiatan pemasaran bukanlah hal mudah, hal tersebut harus dilandasi dengan ilmu retorika. Ketika berbicara di depan umum, seseorang memerlukan ilmu retorika untuk menunjang kualitas pembicaraannya.

Retorika merupakan salah satu cabang ilmu yang membahas tentang keterampilan berbicara. Menurut Abidin (2013:55), retorika adalah ilmu yang mengajarkan cara bertutur yang efektif untuk terwujudnya saling pengertian, kerja sama, dan kedamaian dalam kehidupan masyarakat. Jadi, pada dasarnya ilmu retorika merupakan ilmu tentang seni berbicara, berbeda konteks berbicara maka berbeda pula isi pesan yang digunakan. Berdasarkan argumen tersebut dalam disimpulkan bahwa perlunya penerapan ilmu retorika di dalam kegiatan pemasaran.

Penelitian yang relevan tentang ilmu retorika pernah digunakan oleh Rieco Fady Claudio, mahasiswa pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Jember. Pada penelitiannya mengkaji tentang ilmu retorika yang diterapkan pada lomba pidato Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian tersebut memiliki relevansi terhadap penelitian ini, namun pada penelitian ini kajian tentang ilmu retorika diterapkan pada proses kegiatan praktikum pemasaran siswa.

Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan membujuk atau meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Kegiatan membujuk atau meyakinkan dapat disebut juga dengan persuasi. Persuasi dalam kegiatan

pemasaran merupakan hal utama untuk memperoleh tujuan utama diadakannya kegiatan pemasaran. Tujuan utama dapat diperoleh dengan menggunakan strategi atau teknik persuasi yang dapat digunakan dalam kegiatan pemasaran. Strategi atau teknik tersebut berupa isi pesan persuasi yang terdapat di dalam proses interaksi berlangsung.

Peneliti bermaksud membahas teknik persuasi ditinjau dari penggunaan isi pesan persuasi yang terdapat dalam kegiatan praktikum pemasaran siswa SMK 1 Pancasila Ambulu. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti ketika melakukan observasi di sekolah, peneliti menemukan penggunaan strategi atau teknik persuasi ditinjau dari penggunaan isi pesan persuasi seperti penggunaan bahasa yang menarik perhatian, meyakinkan konsumen, dan menyentuh atau menggerakkan pola pikir konsumen. Salah satu isi pesan persuasi yang digunakan oleh siswa dapat dilihat dalam kutipan sebagai berikut.

“Sudah banyak customer kami yang merasakan perubahannya mbak, ini gambar testimonial dari kami”.

Tuturan yang diucapkan oleh siswa di atas menunjukkan bahwa siswa tersebut menggunakan salah satu isi pesan persuasi yaitu meyakinkan. Isi pesan persuasi yang digunakan oleh siswa tersebut dapat diidentifikasi berdasarkan penggunaan bahan-bahan yang terdapat dalam isi pesan menarik perhatian berupa kata *testimonial*. Kata tersebut tergolong dalam bahan fakta dengan tujuan merangsang daya tarik konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini akan mengkaji bentuk strategi persuasi ditinjau dari isi pesan persuasi pada kegiatan praktikum pemasaran siswa.

Daya tarik peneliti dalam mengkaji hal tersebut, dilandaskan pada lembaga tersebut yang merupakan sekolah kejuruan. Sekolah kejuruan merupakan sekolah yang memerlukan keterampilan khusus sesuai dengan bidangnya, sebagai bekal dalam dunia kerja. Berlandaskan pada alasan tersebut judul yang diambil dalam penelitian ini adalah *Tuturan Persuasi pada Kegiatan Pemasaran Siswa SMK 1 Pancasila Ambulu: sebuah Kajian Retorika*. Pengambilan judul tersebut bertujuan agar peneliti dapat mengetahui bagaimana realisasi bentuk penggunaan strategi persuasi dalam kegiatan praktikum pemasaran siswa yang berada pada jurusan manajemen pemasaran. Selain itu, tujuan utama penelitian ini terpusat pada hasil penelitian, yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran (guru dan siswa) di SMK 1 Pancasila Ambulu Jurusan Manajemen Pemasaran.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang muncul pada latar belakang, peneliti merumuskan masalah berupa “bagaimana bentuk isi pesan persuasi pada kegiatan pemasaran siswa SMK 1 Pancasila Ambulu?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan bentuk isi pesan persuasi pada kegiatan pemasaran siswa SMK 1 Pancasila Ambulu.

1.4 Definisi Oprasional

Definisi istilah ini merujuk pada perumusan judul yang telah diangkat oleh penulis. Tujuannya menghindari kemungkinan terjadinya interpretasi atau

kesalahpahaman maksud yang kurang tepat atas dari judul dalam penelitian ini, maka penulis perlu mempertegas pengertian beberapa istilah. Berikut adalah penjelasan dari istilah yang digunakan untuk perumusan judul.

1. Tuturan adalah ujaran yang dilakukan dengan tujuan mempengaruhi atau meyakinkan.
2. Persuasi adalah interaksi yang digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.
3. Kegiatan pemasaran siswa adalah pembelajaran yang diberikan lembaga kepada siswa yang berada pada bidang pemasaran atau penjualan produk.
4. Kajian retorika adalah pembahasan tentang seni keterampilan berbicara berupa bujukan atau rayuan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khusus pada pihak-pihak sebagai berikut.

1. Bagi siswa praktikum pemasaran di SMK 1 Pancasila Ambulu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bekal ilmu dan pengalaman pada dunia kerja di bidang persuasi (pemasaran), agar siswa lebih mahir berkomunikasi dalam bidang pemasaran.
2. Bagi guru praktikum pemasaran di SMK 1 Pancasila Ambulu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau alternatif dalam pembelajaran berbicara di bidang persuasi (pemasaran).

3. Bagi Mahasiswa Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kebahasaan dalam aspek berbicara (retorika).
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengadaaan penelitian yang sejenis dalam kajian lebih luas, untuk meningkatkan kualitas siswa dengan dilaksanakannya Penelitian Tindakan Kelas (PTK).

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian menjadi tiga hal, yaitu fokus penelitian, lokasi penelitian, dan subjek penelitian. Fokus penelitian ini pada tuturan praktikum pemasaran siswa yang terindikasi pada isi pesan persuasi yang digunakan. Lokasi penelitian dilakukan di SMK 1 Pancasila Ambulu. Subjek penelitian adalah siswa kelas X PM 2 jurusan Pemasaran.

