

WACANA PERSUASIF DALAM MEDIA SOSIAL CALON GUBERNUR JAWA BARAT 2018 DAN IMPLEMENTASINYA PADA PEMBELAJARAN DI SMP

Khaerunnisa¹, Amalia Rahma Dilla²
Universitas Muhammadiyah Jakarta^{1,2}
khaerunnisa@umj.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan peneliti untuk mengetahui wujud bahasa pada wacana persuasif yang terdapat di media sosial Calon Gubernur Jawa Barat 2018 serta implementasinya pada pembelajaran di SMP. Bertujuan mengetahui wujud bahasa yang digunakan pada media sosial Calon Gubernur Jawa Barat 2018, mendeskripsikan wujud bahasa yang pada wacana persuasif pada media sosial dengan baik dan benar, mengimplementasi wacana persuasif dalam media sosial Calon Gubernur Jawa Barat 2018 pada pembelajaran di bangku SMP. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni mengumpulkan data berupa gambar pada media sosial Calon Gubernur Jawa Barat. Permasalahan yang akan dikaji adalah bagaimana penggunaan wujud bahasa pada wacana persuasif dalam media sosial Calon Gubernur Jawa Barat dan implementasi terhadap pembelajaran di SMP. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, memilih gambar yang akan dianalisis, mengelompokan gambar, membuat transkrip data dari gambar media sosial, Selanjutnya dideskripsikan setiap kalimat yang mengandung wacana persuasif. Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa peneliti ingin mengkaji tentang bentuk bahasa yang digunakan dalam media sosial Calon Gubernur Jawa Barat 2018, berdasarkan bentuk bahasa yang digunakan dalam wacana persuasif yang bersifat menegaskan, meyakinkan, nasihat, ajakan, perintah dan saran. Sumber data yang digunakan adalah analisis gambar yang terdapat di media sosial yakni *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook*.

Kata kunci: Wujud Bahasa; Wacana Persuasif; Media Sosial.

PENDAHULUAN

Perkembangan suatu bangsa kemampuan berbahasa sangat penting. Pada perguruan tinggi memiliki peran sebagai *agent of change*, pemimpin, dan calon-calon pemimpin bangsa yang harus memiliki kemampuan berbahasa yang baik. Jika tidak, nasib generasi bangsa sedang terancam. Bahaya yang akan terjadi pada masa depan adalah sulitnya komunikasi kerja dan tidak efektifnya kepemimpinan karena informasi yang disampaikan tidak tersampaikan dan kemampuan menyerap informasi baru sangat sulit.

Menurut Rahayu (2007:5) berbahasa merupakan kegiatan komunikasi dengan menggunakan media bahasa. Bahasa harus mudah dipahami oleh semua pihak dalam berkomunikasi. Komunikasi adalah penggerak kehidupan. Jadi, tidak dapat dihilangkan. Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan manusia lain. Untuk itu, kalangan masyarakat penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar sangat dibutuhkan untuk penyeteraan pada saat berkomunikasi pada masyarakat Indonesia. Dengan menggunakan bahasa yang baik dan benar, kegiatan berkomunikasi mudah untuk dipahami oleh pendengar.

Wacana adalah satuan kebahasaan terlengkap di atas kalimat dengan kohesi dan koherensi tinggi yang berkesinambungan yang mempunyai awal dan akhir yang nyata disampaikan secara lisan atau pun tertulis (Tarigan 2009:26). Wacana bagaimanapun bentuknya mengasumsikan adanya penyapa dan pesapa. Dalam wacana lisan penyapa adalah pembicara, sedangkan pesapa adalah pendengar. Dalam wacana tulisan penulis disebut dengan penyapa, sedangkan pembaca adalah pesapa.

Wacana persuasif adalah tuturan yang mengandung ajakan atau nasihat, tuturan dapat berupa ekspresi yang memperkuat keputusan untuk lebih meyakinkan. Isi wacana selalu berusaha untuk memiliki pengikut, penganut atau paling tidak menyetujui pendapat yang dikemukakannya itu kemudian terdorong untuk melakukan (Djajasudarma, 2010:9). Fungsi wacana persuasif dalam dunia politik yaitu agar dapat mengajak, membujuk masyarakat untuk memilih calon legislatif maupun calon presiden melalui wacana atau ucapan yang dipercayai oleh kalangan masyarakat.

Saat ini media sosial lebih dominan di kalangan masyarakat yang digunakan untuk mencari berbagai informasi khususnya tentang politik. Begitu juga banyak para calon legislatif yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana berkampanye. Media sosial merupakan media beroperasi menggunakan internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah 2014:25). Pada media sosial terdapat beberapa aplikasi berupa *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan sebagainya. Dengan kondisi seperti itu yang mengubah cara berkomunikasi di era yang serba digital. Bagi kampanye politik, media sosial menjadi "senjata baru" untuk pemilihan calon Gubernur Jawa Barat 2018 lalu. Sekarang banyak calon pemimpin yang memperkenalkan diri dan program kerjanya melibatkan akun media sosial. Pengguna media sosial menjadi sangat aktif dalam menjangkau pemilih. Kondisi ini membawa interaksi baru dalam proses demokratisasi di era digital. Jika selama ini kampanye hanya bersifat satu arah dan dilaksanakan di ruang-ruang publik, kini ruang publik itu beralih ke dunia virtual dan lebih interaktif.

Pada penelitian ini terdapat enam wujud bahasa yang bersifat persuasi, meliputi penguatan, meyakinkan, nasihat, perintah, ajakan dan saran, serta pengklasifikasiannya pada peserta didik dengan bahasa yang tepat dan mudah dipahami. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan wujud bahasa pada media sosial serta mengimplementasi wacana persuasif dalam media sosial calon Gubernur Jawa Barat 2018 pada pembelajaran di SMP.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:18) menjelaskan bahwa metode deskriptif adalah data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar yang tidak menekankan pada angka. Waktu penelitian ini dimulai pada Februari-Juni 2018 masa penjarangan dan kampanye Calon gubernur Jawa Barat. Subjek yang dipakai dalam penelitian ini adalah 3 media sosial calon Gubernur Jawa Barat 2018 di antaranya; 1) Ridwan Kamil dengan 46 gambar media sosial, 2) Tubagus Hasanuddin dengan 37 gambar media sosial, 3) Sudrajat dengan 26 gambar media sosial, 4) Deddy Mizwar 31 gambar, dan total seluruhnya 140 gambar media sosial. Objek pada penelitian ini berupa paparan kalimat tulisan yang terdapat dalam media sosial yang di dalamnya

terdapat wujud wacana persuasif yang terdiri dari 6 bentuk wacana persuasif yakni menegaskan, meyakinkan, ajakan, perintah, nasihat, dan saran.

Dalam penelitian ini data didapatkan atau dikumpulkan melalui langkah-langkah sebagai berikut: 1) Melihat wacana yang terdapat pada media sosial calon Gubernur Jawa Barat. 2) Menentukan wacana yang akan ditangkap atau diambil dari media sosial yang akan menjadi fokus penelitian. 3) Membuat transkrip data dari media sosial yang telah ditentukan, 4) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan setiap kalimat yang mengandung wacana persuasif.

Berdasarkan pendekatan utama dalam analisis wacana kritis (AWK). Penelitian ini menggunakan pendekatan model AWK Ruth Wodak (Fauzan, 2014:12) karena analisis wacana terdapat tiga dimensi, di antaranya:

- 1) Menentukan konten atau topik yang spesifik dari sebuah wacana yang spesifik.
- 2) Menelaah Strategi-strategi diskursif.
- 3) Menganalisis realisasi makna-makna kebahasaan yang tertulis dan spesifik dalam konteks tertentu.

Model Ruth Wodak dapat dikatakan serupa dengan penelitian analisis kualitatif yang dibuat oleh Milles dan Huberman. Menurut Sugiyono (2014:246) menyatakan, analisis data pada penelitian kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai pada periode tertentu. Langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data

Mereduksi yakni merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema, dan polanya. Data yang dapat diperoleh dalam penelitian dituangkan dalam uraian yang lengkap dan jumlahnya cukup banyak. Laporan yang diperoleh dalam penelitian akan direduksi, kemudian dipilih mana yang akan menjadi fokus penelitian.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi langkah selanjutnya adalah penyajian data, maksudnya agar memudahkan peneliti untuk melihat bagian-bagian yang menjadi fokus penelitian. Oleh karena itu peneliti akan menyajikan data dengan membuat tabel penelitian.

3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Verifikasi data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung, yaitu sejak awal penelitian sampai dengan pengumpulan data. Dengan bertambahnya data melalui proses verifikasi terus-menerus, maka akan didapatkan kesimpulan yang benar berdasarkan analisis data penelitian. Dengan kata lain, perlu verifikasi secara terus-menerus selama penelitian berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji tentang wujud bahasa yang digunakan dalam media sosial Calon Gubernur Jawa Barat 2018 dan implementasinya pada pembelajaran di SMP. Berdasarkan wujud bahasa yang digunakan dalam wacana persuasi media sosial, terdapat wacana yang bersifat meyakinkan, menegaskan, perintah, nasihat, ajakan, dan saran. Berdasarkan isi yang terdapat di dalamnya, wacana persuasif pada media sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter* terdiri atas wacana yang mengajak pembaca untuk melakukan sesuatu melalui sifat penegasan, meyakinkan, perintah, nasihat, ajakan, saran yang akan disampaikan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan model AWK Ruth Wodak, di antaranya: pertama, menentukan konten atau topik yang spesifik dari sebuah wacana yang spesifik. Kedua, menelaah Strategi-strategi diskursif. Ketiga, menganalisis realisasi makna-makna kebahasaan yang tertulis dan spesifik dalam konteks tertentu. Model Ruth Wodak dapat dikatakan serupa dengan penelitian analisis kualitatif yang dibuat oleh Milles dan Huberman yakni, pertama reduksi atau merangkum data yaitu memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema, dan polanya. Kedua, penyajian data yakni peneliti akan menyajikan data dengan membuat tabel penelitian. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan, sehingga semakin mudah dipahami. Ketiga, verifikasi kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih kurang jelas atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.



217.132 suka
ridwankamil Kira-kira nama pasangan kami apa selain RINDU (Ridwan dan Uu) *Ada yang usul 1. Uu-Pa Emil Asik Pisan (Upil Asin) atau 2. Uu-sareng Emil (Usil), 3. Ridwan-sama Uu (Risau), 4. Barisan Uu-Ridwan Kamil (Burik), 5. Kang Uu teman Emil (Kutil), 6. Uu maju bareng Emil (Umbel) -karena turunnya lambat naiknya cepat. 7. Emil Uu Cerdas Harmonis (Milu Dahar), 8. Bersama Sokong Emil-bareng Uu Ruzhanul (Besok Libur), 9. Ngaping Juara Ridwan-Uu (Ngajuru), 10. Pasukan Uu-Ridwan (Panuan). Namun 10 usulan ini berat sekali untuk bisa dipakai. 🙄
Lihat semua 7805 komentar
ridwankamil @iwanherfambang610 ada frekuensi batin yang sama. penting
ridwankamil @dinyagustiani kamu mau? saya banyak 🙄
9 JANUARI

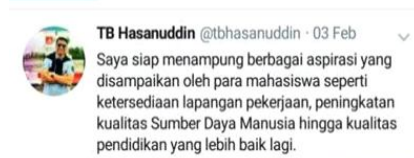


Pada gambar di samping terdapat wujud bahasa wacana persuasif bersifat saran karena selain nama RINDU ada 10 singkatan nama yang dapat dipakai oleh pasangan Cagub Ridwan Kamil dan Uu. Namun 10 nama singkatan tersebut tidak cocok untuk dipakai oleh pasangan Cagub tersebut. Kalimat saran berupa "Kira-kira nama pasangan kami apa selain RINDU (Ridwan dan Uu) ada yang usul 1. Uu-Pa Emil Pisan (Upil asin), 2. Uu-sareng Emil (Usil), 3. Ridwan sama Uu (Risau), 4. Barisan Uu-Ridwan Kamil (Burik), 5. Kang Uu teman Emil (Kutil), 6. Uu maju bareng Emil (Umbel), 7. Emil Uu Cerdas Harmonis (Milu Dahar), 8. Bersama sokong Emil bareng Uu Ruzhanul (besok libur), 9. Ngaping Juara Ridwan-Uu (Ngajuru), 10. Pasukan Uu-Ridwan (Panuan)". Pesan pada wacana tersebut, jika ingin memberikan nama untuk sebuah organisasi atau komunitas harus mempunyai arti yang jelas dan baik karena sebuah nama menentukan karakter suatu organisasi.

Pada gambar di samping terdapat wujud bahasa wacana persuasif bersifat ajakan. Ridwan Kamil melakukan kampanye dan meresmikan AVATAR (Angkutan Virtual Tim Aspirasi RINDU Untuk Jabar Juara). Terdapat kalimat ajakan berupa "Di avatar ini, warga bisa berinteraksi dengan kang Emil virtual, menyampaikan permasalahan, selfie sekaligus langsung dicetak, dan mendapat informasi seputar kegiatan kampanye". Hadirnya Avatar ini memudahkan warga untuk berinteraksi dengan Ridwan Kamil dan pada masa kampanye agar daerahnya dapat dikunjungi langsung oleh Kang Emil.



Tweet Tweet & balasan Media Suka



Mayjen TNI Purn H Sudrajat - H Ahmad Syaikhu
22 Juni pukul 08:30 · Facebook for Android
Generasi Milenial dukung pasangan #Asyik, Nomor 3, Sudrajat dan Ahmad Syaikhu untuk #JabarAsyik
#SudrajatSyaikhu
#PilihanPrabowoUntukRakyatJawaBarat
#2018AsyikMenang
#2019GantiPresiden



Pada gambar di samping terdapat wujud bahasa dalam wacana persuasif bersifat meyakinkan karena terdapat kalimat "Tapi jangan kuatir, insya Allah tidak lama lagi dekat dari GWK akan dibangun gedung kesenian yang disediakan untuk masyarakat Sukabumi yang merupakan bantuan dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat kepada Pemerintah Kota Sukabumi". Kalimat ini meyakinkan masyarakat Sukabumi untuk mendirikan gedung kesenian agar dapat memotivasi para remaja Sukabumi dalam membuat film-film pendek dengan kreativitas dan karya yang dibatasi oleh sarana prasarana yang ada.

Pada gambar di samping terdapat wujud bahasa dalam wacana persuasif bersifat saran. Kalimat saran berupa "Menjadi pegawai adalah suatu hal yang lebih baik, hanya saja saat ini kita masih membutuhkan banyak pengusaha baru yang tumbuh dari generasi muda agar dapat membantu mempercepat proses pertumbuhan ekonomi kita menjadi lebih baik". Kalimat saran ini untuk siswa-siswi SMKN Situraja Sumedang agar dapat dorongan bagi masa depan dengan mendukungnya menjadi pengusaha

Wujud bahasa dalam wacana persuasif bersifat menegaskan, "Saya siap menampung berbagai aspirasi yang disampaikan oleh mahasiswa seperti ketersediaan lapangan kerja, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia hingga kualitas pendidikan yang lebih baik lagi". Wacana ini menjelaskan, bahwa Tubagus Hasanudin siap untuk menampung berbagai aspirasi yang disampaikan oleh mahasiswa seperti ketersediaan lapangan pekerjaan, peningkatan kualitas SDM hingga kualitas pendidikan yang lebih baik.

Wujud bahasa dalam wacana persuasif bersifat ajakan, "Generasi milenial dukung pasang #Asyik, Nomor 3, Sudrajat dan Ahmad Syaikhu untuk #JabarAsyik". Kalimat dukungan ini mengajak para pengguna media sosial Facebook untuk ikut mendukung pasangan nomor 3.

Wacana persuasif pada media sosial Calon Gubernur Jawa Barat 2018 berjumlah 422 gambar. Namun pada setiap media sosial Calon Gubernur Jawa Barat diperkecil atau dirata-ratakan untuk dianalisis. Setelah mendapatkan nilai rata-rata. Gambar yang dianalisis pada media sosial Ridwan Kamil rata-ratanya 46,3 kemudian dibulatkan menjadi bilangan 46 gambar. Pada media sosial Tubagus Hasanuddin 37,3 yang dibulatkan menjadi 37 gambar. Pada media sosial Sudrajat rata-ratanya 26,3 dibulatkan menjadi bilangan 26 gambar. Pada media sosial Deddy Mizwar 30,6 yang dibulatkan menjadi 31 gambar. Jumlah seluruh gambar yang akan dianalisis menjadi 140 gambar.

Pada wacana persuasif media sosial terdapat 6 wujud bahasa wacana persuasif yang bersifat menegaskan, meyakinkan, nasihat, perintah, ajakan, dan saran. Total gambar yang berjumlah 422 terdapat gambar yang bersifat menegaskan berjumlah 105 gambar, bersifat meyakinkan berjumlah 60 gambar, bersifat nasihat berjumlah 49 gambar, bersifat perintah berjumlah 23 gambar, bersifat ajakan 100 gambar, dan bersifat saran berjumlah 85 gambar.

Jadi, data yang diperoleh untuk menganalisis wacana persuasif yang didapatkan Ridwan Kamil berjumlah 46 gambar, Tubagus Hasannudin berjumlah 37 gambar, Sudrajat berjumlah 26 gambar, Deddy Mizwar berjumlah 31 gambar. Total yang dianalisis adalah 140 gambar media sosial.

Tabel Rekapitulasi Data Analisis Media Sosial

No.	Nama Cagub	Wacana Persuasif						Total
		T	Y	N	P	A	S	
1	Ridwan Kamil	31	18	14	4	42	31	139
2	Tubagus Hasanuddin	39	19	11	8	15	20	112
3	Sudrajat	26	13	8	5	16	11	79
4	Deddy Mizwar	10	10	15	6	28	23	92
Jumlah Gambar		105	60	49	23	100	85	422
Keterangan:								
T : Menegaskan		P : Perintah						
Y : Meyakinkan		A : Ajakan						
N : Nasihat		S : Saran						

Berdasarkan tabel di atas, pada wacana persuasif yang bersifat menegaskan 105, meyakinkan 60, nasihat 49, perintah 23, ajakan 100, dan saran 85 gambar media sosial calon Gubernur Jawa Barat 2018.

SIMPULAN

Pada penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Terdapat penggunaan wujud bahasa yang digunakan pada wacana persuasif media sosial Calon Gubernur Jawa Barat 2108, wujud bahasa tersebut bersifat menegaskan, meyakinkan, perintah, nasihat, ajakan, dan saran.
2. Wacana persuasif media sosial Calon Gubernur Jawa Barat 2018 dapat digunakan dalam mata pelajaran Bahasa Indonesia di bangku SMP, khususnya pada kelas VII mencoba, mengolah, dan menyaji dalam ranah konkret (menggunakan, mengurai, merangkai, memodifikasi, dan membuat) dan ranah abstrak (menulis, membaca, menghitung, menggambar, dan mengarang) sesuai dengan yang dipelajari di sekolah

dan sumber lain yang sama dalam sudut pandang/ teori. Menyajikan teks persuasi (saran, ajakan, dan pertimbangan) secara tulis dan lisan dengan memperhatikan struktur, kebahasaan, atau aspek lisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Djajasudarma, T. Fatimah dkk. (2010). *Wacana Pemahaman dan Hubungan Antarunsur*. Bandung: Refika Aditama.
- Fauzan,Umar. (2014). Analisis Wacana Kritis dari Model Faiclough hingga Mills. *Jurnal Pendidikan*. Volume 6, Nomor 1.
- Larague. J. Leodoro 2014. *Facebook Use and Adolescents Emotional States of Depression, Anxiety, and Stress*. *Health Science Journal*. Volume 8, Nomor 1.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rahayu, Minto. (2007). *Bahasa Indonesia di Perguruan Tinggi Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.
- Tarigan, Henry Guntur. (2009). *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.
- Setiawan, Sulis dan Pratiwi, Heppy Atma. (2016). Aspek Kohesi Konjungsi dalam Wacana Opini pada Majalah Tempo dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Gramatika*. Volume 1, iI (45-56). <https://dx.doi.org/10.22202/JG.v1i1.1162>.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Watie, D. Setya Errika. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Semarang*. Volume 3, Nomor 1:71.

