

PENERAPAN APLIKASI OLAH KATA PERSUASI DALAM KEHIDUPAN SOSIAL KEMASYARAKATAN

Ida Ayu Made Darmayanti^{i*}, Gde Artawanⁱⁱ, I Wayan Artikaⁱⁱⁱ

Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha

ayu.darmayanti@student.undiksha.ac.id ^{*}, gde.artawan@undiksha.ac.id,
wayan.artika@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menguraikan penerapan aplikasi studi olah kata persuasi yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Penerapan studi olah kata ini menggunakan kalimat persuasi yang memiliki makna kalimat yang digunakan untuk memengaruhi seseorang agar berniat mengikuti hal yang disampaikan oleh komunikator. Metode pengumpulan dan analisis data ini memakai studi literatur atau kepustakaan. Konsep olah kata persuasi ini dimaknai adanya pemakaian kata-kata yang didesain sedemikian rupa oleh pembicara untuk dapat mengajak atau memengaruhi pendengar agar mau menuruti keinginan si pembicara dan juga adanya upaya pemaknaan secara pragmatis. Contoh aplikasi olah kata persuasi dan makna secara pragmatis adalah Setiap saat kita memberikan perhatian kepada seseorang yang kita cintai tapi nanti saat perayaan *Valentine* atau hari kasih sayang yang jatuh pada 14 Februari 2024, mari jatuhkan hatimu pada orang yang akan membangun negeri ini untuk menuju Indonesia yang lebih baik. Makna kalimat itu adalah pemilihan umum akan dilaksanakan pada 14 Februari 2024 dan diharapkan seluruh masyarakat Indonesia melakukan pemilihan dan menggunakan hati nurani dalam memilih calon pemimpin Indonesia.

Kata kunci: Aplikasi, Olah Kata, Persuasi

APPLICATION OF PERSUASION WORDS IN COMMUNITY SOCIAL LIFE

Abstract

This research describes the application of persuasion word processing studies that can be used in social life. The application of this word processing study uses persuasive sentences which have the meaning of sentences used to influence someone to intend to follow what is conveyed by the communicator. This data collection and analysis method uses literature or library research. The concept of persuasive words is interpreted as the use of words designed in such a way by the speaker to be able to invite or influence the listener to comply with the speaker's wishes and also an effort to interpret them pragmatically. An example of a pragmatic application of words of persuasion and meaning is: Every time we give attention to someone we love, but later during Valentine's celebrations or Valentine's Day which falls on February 14 2024, let's drop your heart to the person who will build this country towards a better Indonesia. better. The meaning of this sentence is that the general election will be held on February 14 2024 and it is hoped that all Indonesian people will vote and use their conscience in choosing a candidate for Indonesian leadership.

Keywords: Application, Word Processing, Persuasion

1. PENDAHULUAN

Bahasa merupakan media komunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh seseorang dalam menyampaikan maksud atau tujuan kepada orang lain atau lawan bicara. Seorang penyampai sesuatu atau komunikator akan menggunakan alat atau media untuk bisa menyampaikan sesuatu itu kepada komunikan. Alat yang digunakan dapat berupa simbol atau lambang dan informasi yang disampaikan berupa suatu gagasan, uraian, atau pesan (Chaer dan Agustina, 2004). Untuk bisa mengaplikasikan ide atau gagasan atau pesan itu, komunikator harus menuangkannya ke dalam bentuk kalimat. Ada berbagai jenis kalimat yang dapat dibuat oleh komunikator untuk memuat pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Kalimat yang sering digunakan, salah satunya adalah kalimat persuasif.

Kalimat persuasif merupakan kalimat yang sering digunakan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Kalimat ini merupakan kalimat yang bertujuan untuk meyakinkan serta membujuk orang lain supaya mau mengikuti atau membeli produk

yang diiklankan (Syamsul Anwar, dkk., 2021). Menurut Maulina (2018), kalimat persuasif merupakan paragraf yang memengaruhi pembaca, membujuk, dan mengajak agar melakukan sesuatu. Lebih tepatnya lagi, kalimat persuasif yang dibuat oleh seseorang, seperti penulis, mampu untuk membuat si penerima menjadi tertarik pada informasi yang ditulis tersebut. Dengan demikian, kalimat ini sangat penting untuk digunakan dalam kehidupan bila ingin memersuasi atau mengajak seseorang untuk melakukan hal yang diinginkan oleh pembicara, tentunya harus mengarah ke hal positif. Tidak jarang orang lain memanfaatkan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki dalam memengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang tidak baik. Ini akan membawa dampak buruk bagi kehidupan manusia.

Oleh karena itu, hendaknya, bila memiliki keterampilan dan kemampuan dalam memengaruhi orang lain untuk melakukan segala hal yang diinginkan, harus mengarah ke hal yang baik dan positif sehingga bisa tercipta keharmonisan dan

kebahagiaan dalam menjalani kehidupan. Untuk memersuasi audiens atau pendengar, hendaknya komunikator atau pembicara menggunakan berbagai macam strategi agar segala hal yang diungkapkan dapat menarik perhatian komunikan. Salah satu cara untuk memersuasi komunikan, yaitu menggunakan pengolahan kata. Penggunaan olah kata yang kreatif dan tepat akan dapat memengaruhi pikiran seseorang (Agustrijanto, 2002).

Dengan demikian, dirasa sangat penting untuk memersuasi seseorang dengan memanfaatkan pengolahan kata sehingga audience mau atau berniat untuk melaksanakan segala hal yang disampaikan oleh komunikator.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data dan menganalisis adalah menggunakan studi literatur. Studi literatur merupakan cara meneliti yang menggunakan referensi atau rujukan yang tersistem secara ilmiah, meliputi mengumpulkan bahan

referensi yang berhubungan dengan tujuan penelitian dan dilaksanakan dengan cara membaca sumber yang relevan untuk memperoleh data yang diperlukan (Arikunto, 2013; Creswell, 2014; Nazir, 2014; Zed, 2014; Habsy, 2017; Idhartono, 2020; Yeni, dkk., 2020). Istilah lain studi literatur dalam metode ini adalah studi kepustakaan yang sekaligus mengintegrasikan serta menyajikan data (Danandjaja, 2014; Habsy, 2017; Idhartono, 2020). Penelitian studi literatur adalah penelitian yang menggunakan kumpulan informasi dan data yang diperoleh dari sumber seperti dokumen, buku, artikel, majalah, berita, dan sebagainya dengan cara mengumpulkan berbagai macam literatur atau sumber bacaan baik berupa jurnal, artikel, maupun sumber buku lainnya yang membahas topik permasalahan yang akan dikaji pada artikel ini. Setelah mengumpulkan berbagai macam literatur, penulis membaca keseluruhan artikel, mempelajari, meneliti serta menyimpulkan isi artikel tersebut berdasarkan pemahaman penulis. Metode yang dilakukan ini dapat menambah

wawasan penulis, serta dapat membuat penulis mengetahui berbagai macam fakta terkait studi olah kata ini. Selain itu, metode ini dapat mempermudah ditemukan inti permasalahan serta titik terang dari topik yang akan dibahas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Dasar Olah Kata Persuasi

Dalam menjalani kehidupan, antara manusia satu dengan manusia lainnya pastilah pernah melakukan suatu ajakan atau memengaruhi untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan yang mengajak. Istilah itu dikenal dengan nama persuasi. Menurut KBBI *online*, persuasi merupakan ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkannya; bujukan halus; imbauan; atau karangan yang bertujuan membuktikan pendapat. Kata persuasi ini lebih sering ditemukan dalam kalimat persuasi. Menurut Keraf (2006), persuasi adalah suatu seni verbal yang bertujuan meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki

oleh pembicara (bentuk lisan, seperti pidato) atau oleh penulis (bentuk tulisan, cetakan, dan elektronik) pada waktu sekarang atau pada waktu yang akan datang. Selanjutnya, Suparno dan Yunus (2008) memaparkan persuasi itu berisi paparan berdaya bujuk, berdaya ajak, ataupun berdaya imbau yang dapat membangkitkan keterguruan pembaca untuk meyakini dan menuruti imbauan implisit dan kemauan eksplisit yang dilontarkan oleh penulis.

Kata persuasif diturunkan dari verba *to persuade*, yang artinya menyarankan atau membujuk. Persuasif mula-mula dimaknai memaparkan gagasan dengan alasan, bukti, atau contoh untuk meyakinkan pembaca. Kemudian, diikuti dengan ajakan, bujukan, rayuan, atau saran kepada pembaca (Harista, 2017). Indrawati (2019) mengatakan bahwa istilah persuasif merupakan proses meyakinkan orang lain bahwa pendapat pembicara benar serta mengajak melakukan sesuatu atau mengatasi persoalan. Persuasif senantiasa menggunakan kalimat yang mudah diterima, menggelitik,

konkret, dan merangsang emosi, tetapi tidak berlebihan. Persuasif dapat dilihat dari sudut pandang *artistic proof* dan *inartistic proof*. Menurut Astuti (2017: 39), persuasif adalah suatu kegiatan psikologis dalam usaha memengaruhi pendapat, sikap, dan tingkah laku seseorang atau banyak orang agar berpendapat, bersikap, dan bertingkah laku seperti yang diharapkan. Tindakan hanya persuasif yang diarahkan, tetapi ada juga yang mengajak seseorang agar dapat memahami maksud dan tujuan tersebut. Persuasi ini lebih sering diuraikan dalam bentuk kalimat persuasi.

Kalimat persuasi merupakan kalimat yang berisi uraian kata-kata yang dapat menarik minat dan dapat meyakinkan bahwa pengalaman membaca merupakan suatu hal yang sangat penting karena di dalamnya terdapat sebuah informasi untuk meyakinkan seseorang. Kalimat persuasi adalah salah satu jenis kalimat yang digunakan atau dimaksudkan untuk membujuk, mengajak, orang untuk melakukan sesuatu tindakan atau kegiatan (Putri Diah, 2022). Kalimat persuasif yang

dimaksud merupakan kalimat yang dapat menarik perhatian dan membujuk seseorang dari pengalaman yang dibaca (Tarigan, 2018). Kalimat persuasif ini berdasarkan sifatnya dibagi menjadi lima, yaitu ajakan, anjuran, saran, meyakinkan, dan menjelaskan (Maulina, Widodo, & Rusminto, 2018). Kalimat persuasif memiliki beberapa ciri, yaitu: kalimat persuasif bersifat ajakan; kalimat persuasif sama dengan kalimat perintah sehingga menggunakan tanda seru (!); menggunakan kata-kata mengajak, seperti *marilah*, *yuk*, *ayolah*, dan lain-lain; kalimat persuasif biasanya ditulis dengan menarik, bahkan, berirama agar orang-orang mudah mengingatnya; biasanya, dipakai dalam promosi, iklan, kampanye, poster, dan slogan.

Ada beberapa jenis kalimat persuasif, antara lain: kalimat persuasif pendidikan atau kalimat persuasi yang isinya mengajak atau membujuk khalayak agar tertarik pada hal-hal pendidikan; kalimat persuasif propaganda atau kalimat yang menyajikan unsur anjuran sekaligus pemberitahuan; kalimat

persuasif iklan atau kalimat persuasi yang mengajak konsumen untuk mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli; dan kalimat persuasif politik atau kalimat yang berisi ajakan untuk meningkatkan kesadaran dan meyakinkan seseorang untuk tertarik dengan kondisi politik (Putri Diah, 2022). Pada pembuatan kalimat persuasi, diperlukan olah kata yang baik sehingga dihasilkan kalimat yang mampu menarik perhatian pendengar atau audiens. Konsep olah kata persuasi ini dimaknai adanya pemakaian kata-kata yang didesain sedemikian rupa oleh pembicara untuk dapat memersuasi atau mengajak atau memengaruhi pendengar agar mau menuruti keinginan si pembicara. Dengan demikian, olah kata diperlukan untuk memengaruhi atau memersuasi seseorang.

3.2 Contoh Aplikasi Olah Kata Persuasi dan Maknanya

Berikut ini beberapa contoh aplikasi olah kata persuasi dalam kalimat dan pemaknaan kalimat yang berisi aplikasi olah kata persuasi,

yang dimaknai secara pragmatis. Contoh pertama, Mari kita nikmati masa tua karena tidak semua orang berkesempatan menjadi tua. Makna kalimat tersebut adalah setiap orang akan mengalami yang namanya fase tua, tetapi terkadang orang itu tidak sadar dan tidak mau menganggap dirinya tua. Dengan demikian, hendaknya kita sadar diri dan mulai berbenah menuju hal yang baik karena umur tidak ada seorang pun akan mengetahui saat berpulang. Contoh kedua, Setiap saat kita memberikan perhatian kepada seseorang yang kita cintai tapi nanti saat perayaan *Valentine* atau hari kasih sayang yang jatuh pada 14 Februari 2024, mari jatuhkan hatimu pada orang yang akan membangun negeri ini untuk menuju Indonesia yang lebih baik. Makna kalimat itu adalah pemilihan umum akan dilaksanakan pada 14 Februari 2024 dan diharapkan seluruh masyarakat Indonesia melakukan pemilihan dan menggunakan hati nurani dalam memilih calon pemimpin Indonesia.

Contoh yang ketiga, Nikmatilah hidup ini jangan selalu berpikir *toxic*. Makna kalimat: sebagai manusia, kita

harus selalu berpikir positif dan harus menikmati hidup dengan baik serta selalu bersyukur dengan segala yang diberikan Tuhan. Contoh keempat, Menurutmu dia adalah jelek tetapi menurutku dia adalah baik. Makna kalimat: setiap orang memiliki pilihan penilaian tersendiri terhadap sesuatu, terutama karakter seseorang. Contoh yang kelima, Berlalulah semua masa lalumu karena masa depan aku akan selalu bersamamu. Makna kalimat: jangan mengenang masa lalu karena ada masa depan yang menanti dan itu adalah bersama dengan orang yang kita sayangi. Berikut contoh yang keenam, Jangan memegang harga diri terlalu mahal. Akhirnya, akan dicicil juga. Makna kalimat: hiduplah secara normal jangan terlalu mementingkan harga diri dan merasa diri hebat atau dengan kata lain, janganlah bersikap sombong.

Kemudian, contoh yang ketujuh, Kita harus bisa memaafkan kesalahan seseorang meskipun belum bisa melupakannya. Makna kalimat: orang sering sulit memaafkan kesalahan seseorang dengan tulus dan hanya bisa mengucapkan kata maaf tanpa

mengaplikasikan arti maaf itu dengan tulus. Contoh kedelapan, Maafkanlah dirimu sendiri sebelum meminta maaf kepada orang lain meskipun mengucapkan kata maaf sangat mudah dan untuk melakukannya sangatlah sulit. Makna kalimat: manusia harus bisa mengintrospeksi diri terhadap segala hal yang telah dilakukan. Bila melakukan kesalahan, harus berani meminta maaf. Contoh yang kesembilan, Tiada yang abadi di dunia ini, termasuk masalahmu sendiri. Jadi, sayangilah dirimu dengan melepaskan semua masalah. Makna kalimat: harus bisa menyayangi diri sendiri karena hidup kita di dunia tidaklah lama dan selalu berucap syukur.

Selanjutnya, contoh kesepuluh, Jangan sekali untuk berbuat baik dan jangan sekali-kali berbuat jahat. Makna kalimat: dalam hidup harus selalu berbuat kebaikan. Contoh yang kesebelas, Matikan rokok sebelum rokok mematikanmu. Makna kalimat: seseorang diimbau untuk menjaga kesehatan dengan tidak merokok. Contoh keduabelas, Jangan pilih saya, uang suami aja saya korupsikan

apalagi uang rakyat! Makna: kita harus benar-benar memilih seseorang yang akan menjadi pemimpin yang jujur dan jangan sampai keliru bahkan salah dalam memilih pemimpin agar tidak merugikan banyak orang. Contoh yang terakhir, Ini bukan tentang Ganjar, bukan tentang Mahfud, bukan tentang kekuasaan. Ini untuk Indonesia. Makna: Presiden yang nantinya terpilih saat Pemilu 2024 hendaknya mengabdikan diri sepenuhnya dan menjalankan tugas dengan baik demi kemajuan bangsa Indonesia.

4. PENUTUP

Pada pembuatan kalimat persuasi, diperlukan olah kata yang baik sehingga dihasilkan kalimat yang mampu menarik perhatian pendengar atau audiens. Konsep olah kata persuasi ini dimaknai adanya pemakaian kata-kata yang didesain sedemikian rupa oleh pembicara untuk dapat memersuasi atau mengajak atau memengaruhi pendengar agar mau menuruti keinginan si pembicara. Dengan demikian, olah kata diperlukan untuk

memengaruhi atau memersuasi seseorang.

Contoh aplikasi olah kata persuasi dan makna secara pragmatis adalah Setiap saat kita memberikan perhatian kepada seseorang yang kita cintai tapi nanti saat perayaan *Valentine* atau hari kasih sayang yang jatuh pada 14 Februari 2024, mari jatuhkan hatimu pada orang yang akan membangun negeri ini untuk menuju Indonesia yang lebih baik. Makna kalimat itu adalah pemilihan umum akan dilaksanakan pada 14 Februari 2024 dan diharapkan seluruh Masyarakat Indonesia melakukan pemilihan dan menggunakan hati Nurani dalam memilih calon pemimpin Indonesia.

Berdasarkan simpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan kepada pembaca atau penulis lainnya, yaitu perlu dilakukan kajian lebih mendalam lagi mengenai studi olah kata, khusus olah kata persuasi. Peneliti lain juga diharapkan melakukan kajian terhadap studi olah kata sebab belum banyak peneliti yang melakukan kajian pada bidang ini sehingga nantinya akan

menambah khazanah keilmuan, khusus olah kata.

REFERENSI

- Agustrijanto. (2002). *Copywriting Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, S. P. (2017). "Persuasi dalam Wacana Iklan. *NUSA*, 12 (1), 38-45. doi: <https://doi.org/10.14710/nusa.12.1.38-45>.
- Chaer, Abdul, dan Leonie Agustina. (2004). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2014). *Qualitatif Inquiry and Research Design*. Sage Publications, Inc: California.
- Firdaus Achmad Ghandi, Martutik. (2022). "Persuasif dalam Iklan Indomie pada Media Sosial Twitter". *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 2 (5), 676-692. pISSN 2797-0736 eISSN 2797-4480. doi: 10.17977/um064v2i52022p676-692.
- Habsy, Bakhrudin All. "Seni Memahami Penelitian Kuliitatif dalam Bimbingan dan Konseling: Studi Literatur". *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1 (2), 90-100. p-ISSN: 2549-1857; e-ISSN: 2549-4279.
- Harista, Eva. (2017). "Penggunaan Bahasa Persuasi di Media Sosial dalam Berdakwah pada Akun Facebook 'Yusuf Mansur (Official)'"'. *Dari Mawa'ish Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, Vol. 8, No. 2, 308-324.
- Idhartono, Amelia Rizky. 2020. "Studi Literatur: Analisis Pembelajaran Daring Anak Berkebutuhan Khusus di Masa Pandemi". *Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran*, 3 (3), 529-533.
- Indrawati. (2019). *Bahasa Persuasi dan Respon Kaum Milenial di Media Sosial Facebook pada Pilpres 2019*. Skripsi. Universitas Lambung Mangkurat. <https://ojs.badanbahasa.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/undast/article/download/1148/670>.
- Keraf, Gorys. (2006). *Komposisi*. Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi.
- Maulina, F., Widodo, M., & Rusminto, E. N. (2018). "Penggunaan Bahasa Persuasi Iklan Komersial di Televisi dan Implikasinya di SMP. *Jurnal Kata*, 6 (2), 1-8. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/BINDO1/article/view/16398>.
- Nazir, Mohamad. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Putri Tiah. (2021). "Apa itu Kalimat Persuasif? Pengertian, Jenis, Ciri, dan Contohnya". <https://www.detik.com/edu/detikp>

[edia/d-6441363/apa-itu-kalimat-persuasif-pengertian-jenis-ciri-dan-contohnya.](https://doi.org/10.59672/stilistika.v12i2.3423)

Tarigan, Henry Guntur. (2018). *Menulis sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.

Suparno dan Yunus. (2008). *Keterampilan Dasar Menulis*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Syamsul Anwar, Khusnul Khotimah. (2021). "Kalimat Persuasif dalam Akun Instagram Disporaparkabtegal dan Implikasinya". Prosiding Seminar Nasional PIBSI ke-43. ISBN 978-623-7312-83-3.
<https://pbsi.umk.ac.id/images/DA-TAPIBSI43/28naskah.pdf>.

Yeni, Afrita, Sri Hartati. (2020). "Studi Literatur: Stimulasi

Kemampuan Anak Mengenal Huruf melalui Permainan Menguraikan Kata di Taman Kanak-Kanak Alwidjar Padang". *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4 (1), 608-616.

Zed, Mestika. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.