

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bahasa merupakan suatu kebutuhan pokok bagi setiap kalangan orang, karena dengan bahasa orang bisa bertukar pesan setiap harinya, secara sederhana bahasa juga diartikan sebagai alat untuk menyampaikan sesuatu yang terlintas didalam hati. Bahasa juga suatu unsur identitas nasional bagi setiap negara, Menurut Alwi (dalam Saputra dan Fitri, 2020:45) Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan bagi semua kalangan orang atau kelompok masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi satu sama lainnya dan untuk mengenali identitas diri dalam suatu percakapan.

Banyak ragam bahasa yang digunakan oleh kalangan orang di zaman sekarang, contohnya bahasa persuasif. Bahasa persuasif adalah bahasa yang bersifat mengajak dan membujuk seseorang pembacanya, Menurut Roekomy (dalam Novita, dkk. 2020:19), *“Bahasa persuasif adalah suatu kegiatan psikologis dalam usaha memengaruhi pendapat, sikap dan tingkah laku untuk berpendapat, bersikap, dan bertingkah laku seperti yang diharapkan.”*

Bahasa persuasif bersifat membujuk agar seseorang yang sedang dibujuk menjadi yakin, dengan informasi yang didapatkan. Sependapat dengan hal itu, Nina, dkk. (dalam Keraf, 2021:2), *“Bahasa persuasif adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk menyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu*

*yang dikehendaki oleh pembicara atau penulis pada waktu sekarang atau pada waktu yang akan datang.”*

Bahasa persuasif banyak digunakan oleh kalangan orang untuk membuat suatu iklan, contohnya iklan lowongan pekerjaan. Menurut Nainggolan,dkk. (2019:27) iklan adalah media komunikasi yang mampu menjadi suatu sarana untuk menyampaikan pesan dari produsen hingga ke konsumen. Iklan sendiri juga memiliki kegiatan yang mengarahkan komunikasi berupa lisan atau tulisan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa. Iklan juga suatu potret yang berada ditengah-tengah masyarakat sehingga menjadi wabah yang menyebarkan yang menyebarkan nilai-nilai sosial, budaya, politik dan lain-lain.

Iklan lowongan pekerjaan banyak terdapat di media sosial *Instagram*. *Instagram* yang sudah tidak asing lagi memberikan kelebihan bagi para penggunanya, seperti mencari berita terbaru, mempromosikan produk, membagikan foto dan video, dan lain-lain. Banyak iklan lowongan pekerjaan yang mengandung bahasa persuasif, contohnya pada akun @lokerlangsa. Akun tersebut memiliki *followers* hingga 12 ribu pengikut, dan telah *memposting* sebanyak 700 *postingan*. Akun tersebut adalah satu-satunya akun yang masih aktif dari beberapa akun lowongan pekerjaan kota Langsa yang ada. Akun lowongan pekerjaan kota Langsa yang sudah tidak aktif lagi antara lain, yaitu @lokerlangsadanacehtimur, @lowongankerjalangsa dan @info\_lokerlangsa. Objek penelitian ini adalah bahasa persuasif pada iklan lowongan pekerjaan Langsa di media sosial *Instagram*.

Penelitian yang membahas tentang bahasa persuasif ini pernah dilakukan oleh Novita, dkk. (2020) dengan judul *Analisis Bahasa Persuasif Pada Iklan Promosi di Kota Perbaungan*. Penelitian yang dilakukan oleh penulis diperoleh data dari hasil komunikasi persuasif yang dilakukan oleh penjual dalam membujuk dan meyakinkan para pembeli di Kota Perbaungan. Hasil penelitian yang berupa lisan berupa percakapan yang diperoleh dari para penjual yang terdapat di Kota Perbaungan.

Sejalan dengan itu penelitian bahasa persuasif juga pernah dilakukan oleh Nina, dkk. (2021) dengan judul *Analisis Kalimat Persuasif Pada Iklan Penerimaan Mahasiswa Baru di STKIP Muhammadiyah Bogor Untuk Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa 2020/2021 Pada Masa Pandemi Covid-19*. Penelitian ini hanya memfokuskan kepada kalimat persuasif pada alat promosinya. Alat promosi yang digunakan oleh humas STKIP Muhammadiyah Bogor adalah (1) brosur, (2) spanduk, (3) banner, (4) twinbon, iklan diradio dan sebagainya.

Penelitian selanjutnya pernah dilakukan oleh Nainggolan, dkk. (2019) dengan judul *Penggunaan Bahasa Persuasif Dalam Iklan Niaga Bergambar Pada Surat Kabar Serambi Indonesia Tahun 2019*. Dalam penelitian ini peneliti menulis iklan niaga telah diuraikan, terdapat beberapa teknik bahasa persuasif yang digunakan pada iklan niaga yang terkandung dalam surat kabar Serambi Indonesia. Terdapat tujuh teknik bahasa persuasif antara lain, yaitu : (1) Teknik rasionalisasi, (2) teknik sugesti, (3) teknik konformitas, (4) teknik kompensasi, (5) teknik penggantian, (6) teknik proyeksi, (7) teknik identifikasi.

Peneliti memilih judul bahasa persuasif pada iklan lowongan pekerjaan Langsa di media sosial *Instagram* ini tidak terlepas dari beberapa alasan : (1) Bahasa persuasif banyak digunakan dalam iklan lowongan pekerjaan; (2) Peneliti memilih akun @lokerlangsa sebagai sumber data penelitian karena akun tersebut satu-satunya akun lowongan pekerjaan di Kota Langsa yang masih aktif; (3) Di dalam akun @lokerlangsa sering menggunakan bahasa persuasif yang menarik untuk diteliti.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana bahasa persuasif pada iklan lowongan pekerjaan Langsa di media sosial *Instagram* ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bahasa persuasif pada iklan lowongan pekerjaan Langsa di media sosial *Instagram*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan keterampilan dalam pengembangan ilmu Pendidikan Bahasa Indonesia khususnya Bahasa Persuasif.

2. Secara Praktis, penelitian ini dapat membedakan beberapa manfaat yaitu :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman bagi peneliti dalam menganalisis bahasa persuasif pada iklan lowongan pekerjaan Langsa di media sosial *Instagram*.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan pembaca khususnya mahasiswa Jurusan Bahasa Indonesia tentang bahasa persuasif pada iklan lowongan pekerjaan Langsa di media sosial *Instagram*.

c. Bagi Prodi

Penelitian ini dapat menambah sumber referensi sebagai bahan penelitian lanjutan mendalam pada masa yang akan datang.