

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kalimat merupakan rangkaian kata-kata yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan agar dapat tersampaikan dari komunikator kepada komunikan. Kalimat tidak hanya berupa kumpulan kata-kata pendukung makna tertentu, melainkan kata-kata tersebut harus disusun sedemikian rupa sesuai dengan sistem yang ada. Sifatnya pendek, padat dan sederhana sehingga mudah dimengerti oleh pembacanya.

Kalimat terdiri atas deret kata yang tersusun menurut urutan tertentu sehingga bermakna dan mengungkapkan pikiran dengan lengkap. Markhamah (2009: 64-72) menyatakan bahwa apabila didasarkan pada nilai komunikatifnya, kalimat dalam bahasa Indonesia dapat dibedakan menjadi lima, yaitu: kalimat berita, kalimat perintah, kalimat Tanya, kalimat seruan, dan kalimat penegas. Kalimat perintah dapat digolongkan menjadi empat golongan, 1) kalimat perintah yang sebenarnya, 2) kalimat persilahan, 3) kalimat ajakan, dan 4) kalimat larangan (Ramlan, 1987:22). Kalimat ajakan (persuasi) untuk mempengaruhi seseorang agar seseorang mau melakukan sesuatu terhadap apa yang telah disampaikan oleh komunikator.

Kalimat persuasi adalah rangkaian kata-kata yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk membujuk dan mempengaruhi manusia, dengan

memanfaatkan data serta fakta psikologi maupun sosiologi dari komunikasi. Sehingga komunikasi tertarik terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator. Kalimat persuasi bertujuan untuk membujuk agar seseorang tertarik terhadap apa yang telah disampaikan. Biasanya terdapat di media massa seperti, majalah, surat kabar, tabloid, dan lain sebagainya.

Media massa diyakini mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan dapat menentukan perkembangan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang serta mampu mengarahkan, membimbing, dan memengaruhi kehidupan di masa kini. Banyak hal termuat dalam media massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak sebagai sarana komunikasi dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak.

Majalah memiliki arti penting sebagai media komunikasi yang berperan sebagai sarana informasi yang telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat. Banyak masyarakat yang sudah tergantung pada sebuah majalah untuk memenuhi gaya hidupnya. Terdapat banyak majalah yang ada di Indonesia biasanya diterbitkan tiap minggu dan tiap bulan.

Salah satunya adalah majalah *Aulia* yang terbit setiap satu bulan sekali, namun pembaca sabar menunggu untuk mendapatkannya. Banyak pengetahuan yang didapat dalam majalah tersebut, mulai dari berbisnis secara islami, merawat tubuh, berpakaian, berhijab, resep-resep makanan, dan masih

banyak lagi. Biasanya pembaca membeli majalah tersebut di toko buku dan pedagang koran, dengan biaya tiga puluh empat ribu saja pembaca sudah mendapatkan majalah tersebut.

Majalah *Aulia* merupakan majalah Islami yang digemari oleh masyarakat, karena di dalam majalah terdapat artikel-artikel yang tidak hanya memberikan informasi Islami tetapi juga memberi motivasi dan nasihat untuk pembacanya. Salah satu contoh kalimat persuasi yang terdapat dalam majalah *Aulia* yang berupa nasihat yaitu, “Hendaknya kita pun membersihkan diri dan menjalankan sunnah fitrah memotong kuku ini (2013: 26)”.

Kalimat persuasi dalam majalah *Aulia* sangat menarik untuk diteliti, karena kalimatnya bersifat ajakan, nasihat, memengaruhi, dan meyakinkan pembaca tentang hidup islami itu indah. Sehingga pembaca merasa tertarik terhadap isi bacaan yang ada di dalam majalah. Oleh karena itu, peneliti terdorong untuk melakukan kajian terhadap kalimat persuasi pada artikel majalah *Aulia* edisi Oktober-Desember 2013.

B. Pembatasan Masalah

Di dalam penelitian ini peneliti membuat batasan masalah. Batasan masalah adalah cakupan data yang akan dianalisis atau batasan data yang dikumpulkan dan dianalisis. Peneliti membatasi data dalam penelitian ini adalah kalimat-kalimat persuasi yang ada pada artikel majalah *Aulia* edisi Oktober-Desember 2013.

C. Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini ada dua rumusan masalah yang akan dicari jawabannya.

1. Bagaimana wujud bahasa yang digunakan dalam kalimat persuasi pada artikel majalah *Aulia* edisi Oktober-Desember 2013.
2. Bagaimana isi pesan yang terkandung dalam kalimat persuasi pada artikel majalah *Aulia* edisi Oktober-Desember 2013.

D. Tujuan Penelitian

Ada dua tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini.

1. Mengidentifikasi wujud bahasa yang digunakan dalam kalimat persuasi pada artikel majalah *Aulia* edisi Oktober-Desember 2013.
2. Menjelaskan isi pesan yang terkandung dalam kalimat persuasi artikel majalah *Aulia* edisi Oktober-Desember 2013.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat baik teoretis maupun praktis.

1. Secara Teoretis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan terhadap bidang kajian linguistik, terutama mengenai penggunaan kalimat persuasi pada artikel majalah *Aulia* edisi Oktober-Desember 2013.

2. Secara Praktis

Penelitian tentang kalimat persuasi ini diharapkan dapat memotivasi penelitian-penelitian lain untuk melakukan penelitian dengan hasil yang lebih baik lagi.