

^BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Tindak Tutur

a. Pengertian Tindak Tutur

Tindak tutur merupakan gejala individual, bersifat psikologis, dan keberlangsungannya ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu (Chaer, 2014:50). Sebuah satuan ujaran dalam tindak tutur dapat dipahami pendengar dengan baik, apabila deiksisinya jelas, preposisinya diketahui, dan implikatur percakapannya dipahami. Secara singkat ketiga masalah itu akan dibicarakan di bawah ini. Pertama, yang dimaksud dengan deiksis adalah hubungan antar kata yang digunakan di dalam tindak tutur dengan referen kata itu yang tidak tetap atau dapat berubah sewaktu-waktu. Kedua, ada preposisi dalam tindak tutur, preposisi adalah makna atau informasi “tambahan” yang terdapat dalam ujaran yang digunakan secara tersirat. Ketiga ada implikatur percakapan, implikatur percakapan adalah adanya keterkaitan anatara ujaran-ujaran yang diucapkan antara dua orang yang sedang bercakap-cakap. Keterkaitan ini tidak tampak secara literal, tetapi hanya dipahami secara tersirat.

Tindak tutur erat kaitannya dengan peristiwa tutur, karena tidak mungkin peristiwa tutur terjadi tanpa adanya tindak tutur di dalamnya, dalam peristiwa tutur lebih dilihat pada tujuan peristiwanya, tetapi dalam tindak tutur lebih dilihat dari makna atau arti tindakan dalam penuturnya yang terdapat pada suatu proses,

yakni proses komunikasi. Tindak tutur dan peristiwa tutur merupakan dua gejala. Bahasan mengenai tindak tutur berhubungan dengan pengaplikasian bahasa yang dipakai oleh penuturnya. Tutur merupakan ujaran lisan atau perbincangan yang didahului dan diakhiri dengan kesenyapan penuturnya. Sebuah tutur adalah penggunaan atau pemakaian sepenggal bahasa, yakni tersusun dari kata-kata, menjadi sebuah frasa dan nantinya itu menjadi sebuah kalimat yang akan dijadikan perbincangan antara seseorang yang satu dengan yang lainnya pada situasi dan kondisi tertentu. Sebuah satuan ujaran dalam tindak tutur dapat dipahami pendengar dengan baik, apabila deiksisnya jelas.

Teori mengenai tindak tutur mula-mula diperkenalkan oleh J.L. Austin, beliau adalah seorang guru besar di Universitas Harvard pada tahun 1956. Ia belajar mengenai tindak tutur saat perkuliahan dan ia berinisiatif untuk dibukukan, dan pada akhirnya teori yang berasal dari materi kuliah itu dibukukan oleh J.O. Umson (1962) dengan judul *How to Do Things with Words*. Lalu, teori tersebut menjadi terkenal setelah Searle menerbitkan buku berjudul *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language* (Chaer, 2014:50).

Austin memulai dengan catatan bahwa beberapa tuturan tampaknya seperti bukan mengarah pada pernyataan. Ia berpendapat bahwa ada pernyataan yang tidak pada pernyataan tertentu yang tidak menggambarkan atau melaporkan sesuatu, tetapi tuturan berupa kalimat, atau bagian kalimat untuk melakukan suatu tindakan yang tidak lazim dideskripsikan untuk menyatakan sesuatu. Ia mengenal pengistilahan isi dengan menyebutnya tuturan performatif dan membedakannya dengan tuturan konstatif.

Lebih lanjut, Austin menyebutkan bahwa pada dasarnya saat seseorang mengatakan sesuatu, dia juga melakukan sesuatu. Misialnya saja pada saat seseorang menggunakan kata kerja yang menyatakan sesuatu maka secara tidak langsung yang bersangkutan juga akan melakukan. Seperti pada saat seseorang menggunakan kata kerja seperti berjanji, minta maaf, dan yang lainnya, misialnya dalam tuturan "Saya berjanji saya akan datang tepat waktu", "saya minta maaf karena datang terlambat". Maka yang bersangkutan tidak hanya mengucapkan, tetapi juga melakukan tindakan berjanji, meminta maaf dan memaafkan. Tuturan-tuturan tersebut dinamakan tuturan performatif, sedangkan kata kerjanya juga disebut kata kerja performatif.

Berbicara mengenai tindak tutur berarti berbicara juga mengenai peristiwa tutur, keduanya saling berhubungan. Menyinggung mengenai peristiwa tutur dan tindak tutur berarti mencoba menganalisis keterkaitan antara keduanya. Tidak mungkin ada tindak tutur tanpa adanya peristiwa tutur terlebih dahulu. Yang dimaksud dengan peristiwa tutur adalah terjadinya atau berlangsungnya interaksi linguistik dalam satu bentuk ujaran atau lebih yang melibatkan dua pihak, yaitu penutur dan lawan tutur dengan satu pokok tuturan, di dalam waktu, tempat dan situasi tertentu. Bisa diambil contoh peristiwa tutur antara mahasiswa dan dosen yang dilakukan di kampus membicarakan mata kuliah.

Hasan (2010:6) berpendapat bahwa tiap-tiap tuturan dapat ditafsirkan dengan berbagai cara dan si pendengarnya yang menentukan penafsiran itu yang didasarkannya atas pengetahuannya tentang apa yang terjadi ketika interaksi itu terjadi. Selain berhubungan dengan peristiwa tutur, tindak tutur erat juga

kaitannya dengan wacana. Tarigan (2009:22) mengatakan istilah wacana digunakan untuk mencakup bukan hanya percakapan atau obrolan biasa, melainkan pembicaraan yang dilakukan di muka umum, tulisan serta upaya-upaya resmi seperti laporan ilmiah dan sandiwara atau lakon. Wacana juga mencakup keempat tujuan penggunaan bahasa, yaitu: ekspresi diri, eksposisi, sastra dan persuasi. Dilihat dari pengertian luas, wacana adalah rentangan ujaran yang berkesinambungan (urutan kalimat-kalimat individual).

b. Jenis-Jenis Tindak Tutur

Berikut akan dijelaskan secara rinci mengenai jenis-jenis tindak tutur khususnya yang berkaitan dengan tuturan ilokusi, yaitu: (1) asertif (representative), (2) direktif, (3) ekspresif, (4) komisif, dan (5) deklaratif. Berikut adalah penjelasan dari kelima jenis tindak tutur ilokusi tersebut.

1) Asertif

Pada tindak tutur asertif, keterlibatan pembicara dibutuhkan pada kebenaran proposisi yang diekspresikan, misalnya: menyatakan sesuatu, memberitahukan, menyarankan, membanggakan, mengeluh, menuntut, bahkan melaporkan. Ilokusi-ilokusi yang seperti ini cenderung bersifat netral dari segi kesopansantunan, maka dikatakan ke dalam kategori kolaboratif. Namun, ada beberapa kekecualian, misalnya membanggakan, menyombongkan, yang pada umumnya dianggap tidak sopan secara sistematis, asertif bersifat proposional.

Contoh tindak tutur asertif adalah "Bapak Gubernur meresmikan gedung baru ini".

2) Direktif

Direktif memiliki maksud untuk menimbulkan beberapa efek melalui tindakan penyimak, misalnya: memesan, memerintahkan, memohon, meminta, menyarankan, menganjurkan, dan menasihatkan. Semua ini seringkali termasuk ke dalam kategori kompetitif, dan terdiri atas suatu kategori ilokusi-ilokusi di mana kesopansantunan yang negatif menjadi penting. Sebaliknya, beberapa direktif (seperti undangan) pada hakikatnya dianggap sopan.

Contoh tindak tutur direktif adalah "Bantu aku memperbaiki tugas ini". Contoh tersebut termaksud ke dalam tindak tutur jenis direktif sebab tuturan itu dituturkan dimaksudkan penuturnya agar melakukan tindakan yang sesuai yang disebutkan dalam tuturannya yakni membantu memperbaiki tugas. Indikator dari tuturan direktif adalah adanya suatu tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur setelah mendengar tuturan tersebut.

3) Komisif

Melibatkan pembicaraan pada beberapa tindakan yang akan datang, misalnya: menjanjikan, bersumpah, menawarkan, dan memanjatkan (doa). Semua isi cenderung bersifat konvival dari pada kompetitif, dilaksanakan justru lebih memenuhi minat seseorang dari pada sang pembicara.

4) Ekspresif

Mempunyai fungsi untuk mengekspresikan, mengungkapkan, atau memberitahukan sikap psikologis sang pembicara menuju suatu pernyataan keadaan yang diperkirakan oleh ilokusi. Misalnya: pada saat seseorang mengucapkan terima kasih kepada lawan tuturnya, mengucapkan selamat,

memaafkan, dan sebagainya. Sama juga halnya komisif, semua isi juga cenderung bersifat menawarkan atau mengundang, oleh sebab itu pada hakikatnya dianggap sopan. Sebaliknya juga dapat dibenarkan, misalnya ekspresif-ekspresif seperti "menyalahkan" dan "menuduh".

5) Deklaratif

Deklaratif merupakan ilokusi yang `bila performansinya berhasil' akan menyebabkan korespondensi yang baik antara isi proposisional dengan keadaan situasi dan kondisii. Contoh: memecat, membebaskan, memberi nama, mengatur, mengucilkan, mengangkat, menunjuk, menentukan, menjatuhkan hukuman, memvosisi, dan sebagainya. Semua yang tersebut di sini merupakan kategori tindak ujar yang khas, semua itu dilakukan oleh seseorang yang mempunyai wewenang khusus dalam lembaga tertentu.

c. Bentuk Tindak Tutur

Adapun bentuk tindak tutur yaitu meliputi kalimat Imperatif, interogatif, dan deklaratif.

1) Kalimat Imperatif

Kalimat Imperatif mengandung maksud memerintah atau meminta agar mitra tutur melakukan sesuatu sebagaimana diinginkan si penutur. Kalimat imperatif dalam bahasa Indonesia yaitu antara suruhan yang sangat keras atau kasar, sampai dengan permohonan yang sangat halus atau santun. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kalimat imperatif dalam bahasa Indonesia itu kompleks dan banyak variasinya.

2) Kalimat Introgatif

Kalimat Introgatif adalah kalimat yang mengandung maksud menanyakan sesuatu kepada si mitra tutur. Maksudnya di sisi adalah, apabila seorang penutur bermaksud mengetahui jawaban terhadap sesuatu hal atau suatu keadaan, penutur akan bertutur dengan menggunakan kalimat introgatif kepada lawan tuturnya. Di dalam bahasa Indonesia terdapat 5 macam cara untuk mewujudkan tuturan introgatif, yaitu: (1) dengan membalik urutan kalimat, (2) dengan menggunakan kata apa atau apakah, (3) dengan menggunakan kata bukan atau tidak, (4) dengan mengubah intonasi kalimat menjadi intonasi tanya, dan (5) dengan menggunakan kata-kata tanya tertentu.

3) Kalimat Deklaratif

Kalimat Deklaratif dalam bahasa Indonesia mengandung maksud memberitakan sesuatu kepada lawan tutur. Sesuatu yang diberitakan kepada lawan tutur itu secara umum merupakan pengungkapan sesuatu dari peristiwa atau suatu kejadian. Kalimat deklaratif dalam bahasa Indonesia merupakan tuturan langsung dan dapat pula merupakan tindak tutur tidak langsung (Tarigan, 2009:40).

d. Jenis-Jenis Tindak Tutur

1) Lokusi

Tindak lokusi adalah tindak tutur yang menyatakan sesuatu dalam arti “berkata” atau tindak tutur dalam bentuk kalimat yang bermakna dan dapat dipahami. Misialnya, “Ibu guru berkata kepada saya agar saya membantunya”. Searle (1969) dikutip Chaer (2014:53) menyebut tindak tutur lokusi ini dengan

istilah tindak bahasa preposisi (*prepositional act*) karena tindak tutur isi hanya berkaitan dengan makna.

2) Ilokusi

Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang sering diidentifikasi dengan kalimat performatif yang disampaikan secara langsung atau tersurat sehingga makna dan isinya dapat diketahui. Tindak tutur ilokusi isi biasanya berkenaan dengan pemberian izin, mengucapkan terima kasih, menyuruh, menawarkan, dan menjanjikan. Misalnya, “Ibu guru menyuruh saya agar segera berangkat”.

3) Tindak Tutur Perlokusi

Tindak tutur perlokusi adalah tindak tutur yang berkenaan dengan adanya ucapan orang lain sehubungan dengan sikap dan perilaku nonlingustik dari orang lain itu. Misalnya, karena adanya ucapan si dokter (kepada pasiennya) “Mungkin ibu menderita penyakit jantung koroner”, maka si pasien akan pasik dan sedih. Dari hasil tindak tutur tersebut dapat disimpulkan bahwa ucapan si dokter itu termasuk ke dalam tindak tutur perlokusi.

e. Strategi Tindak Tutur

Strategi tindak tutur dapat dibedakan menjadi tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung, dan tindak tutur literal dan tindak tutur tidak literal (Pratiwi, 2020:17). Berikut adalah penjelasannya:

1) Tindak tutur langsung

Tindak tutur langsung adalah tindak tutur yang dibentuk oleh pemfungsian secara konvensional modus-modus kalimat tertentu, seperti modus kalimat berita

untuk memberi tahu, kalimat tanya untuk bertanya dan kalimat perintah untuk memerintah atau menyuruh secara langsung.

Contoh tindak tutur langsung:

- a) *Lili memiliki lima ekor kucing*
- b) *Di manakah letak pulau bali?*
- c) *Ambilkan baju saya!*

2) Tindak tutur tidak langsung

Tindak tutur tidak langsung adalah tindak tutur untuk memerintah seseorang untuk melakukan sesuatu secara tidak langsung, dengan menggunakan modus kalimat berita dan kalimat bertanya. Tindak tutur tidak langsung ini memiliki maksud atau pengertian agar yang diperintah tidak merasa kalau diperintah. Tuturan yang diutarakan secara tidak langsung biasanya tidak dapat dijawab secara langsung oleh seseorang, tetapi harus segera dilaksanakan maksud yang terimplikasi di dalamnya.

Contoh tindak tutur tidak langsung:

- a) *Di mana sapunya?*
- b) *Ada makanan di lemari?*

Kalimat (a) bila diutarakan oleh seorang ibu kepada anak, tidak semata-mata berfungsi untuk menanyakan di mana letak sapu itu, tetapi juga secara tidak langsung memerintah sang anak untuk mengambil sapu itu. Demikian pula tuturan (b) bila diucapkan kepada seorang teman yang membutuhkan makanan, di maksudkan untuk memerintahkan lawan tuturnya mengambil makanan yang ada

di lemari yang dimaksud, bukan sekedar untuk menginformasikan bahwa di lemari ada makanan.

3) Tindak tutur literal

Tindak tutur literal adalah tindak tutur yang maksudnya sama dengan makna kata-kata yang menyusunnya.

Contoh:

a) *Penyanyi itu suaranya bagus*

Kalimat di atas mengandung arti memuji kemerduan suara penyanyi yang dibicarakan.

4) Tindak tutur tidak literal

Tindak tutur tidak literal adalah tindak tutur yang maksudnya tidak sama atau berlawanan dengan makna kata-kata yang menyusunnya. Untuk lebih jelasnya dapat diperhatikan kalimat (a) dan (b) berikut.

a) *Radionya kurang keras. Tolong keraskan lagi. Aku mau belajar*

b) *Suaranya bagus, tapi tak usah nyanyi saja*

Kalimat (a) penutur sebenarnya menginginkan lawan tutur mematikan radionya. Sementara dalam kalimat (b) penutur memaksudkan bahwa suara lawan tuturnya tidak bagus dengan mengatakan tak usah nyanyi saja.

2. Pengertian Tindak Tutur Persuasif

Tindak tutur persuasif merupakan tuturan yang terbentuk berdasarkan prinsip-prinsip tindak tutur direktif. Seperti halnya tindak tutur direktif, tindak tuturan persuasif ini juga memiliki fungsi untuk memerintah, menyuruh, atau meminta kepada lawan tutur untuk melakukan tindakan. Tindak tutur semacam ini

mempunyai nilai-nilai persuasif, karena konteks tuturannya didasarkan pada maksud dan keinginan penuturnya yang bertujuan untuk mempengaruhi lawan tutur, Taufik (2013:6). Istilah persuasif juga dikenal dengan istilah persuasi. Bila dilihat dari segi makna istilahnya, sebetulnya persuasi tidak sinonim dengan pesan persuasif. Persuasi sebagai suatu proses komunikasi. Artinya persuasi tidak identik dengan persuasif.

Pesan persuasif hanyalah salah satu dari unsur-unsur komunikasi persuasi. Dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa yang dikatakan persuasif adalah cabang dari persuasi di mana persuasif adalah unsur dari persuasi itu sendiri. Hanya saja bahasan keduanya memiliki tujuan dan misi yang sama. Baik persuasif maupun persuasi di dalamnya ada pesan yang hendak disampaikan kepada khalayak. Jika komunikasi dititikberatkan pada sifat pesan, maka komunikasi dapat dibagi pula dalam dua jenis, yaitu komunikasi massa (isinya bersifat umum) dan komunikasi persona (isinya bersifat pribadi). Begitu pula dengan pembagian yang lain, didasarkan pada tujuan dan jenis pesan. Dalam hal isi komunikasi dapat dibedakan dalam banyak jenis, salah satunya komunikasi agama (dakwah, tablig, khotbah) (Arifin, 2006:31).

Efek dari tindak tutur persuasif ialah berbentuk perubahan sikap pendapat dan tingkah laku. Persuasif menjelaskan bahwa ada kategori atau kelas pesan tertentu yang dirancang sedemikian rupa untuk mempengaruhi keyakinan, kepercayaan, dan perilaku orang lain.

4)

Pertiwi (2020:20) menjabarkan, tindak tutur persuasif jika dikaitkan dengan fungsi tindak tutur itu sendiri, maka akan masuk ke dalam kategori tindak tutur

direktif dan komisif. Direktif di sisi memiliki maksud atau pengertian untuk menimbulkan beberapa efek melalui tindakan dari pendengar, misalnya seperti memesan, memerintah, memohon, meminta, menyarankan, menganjurkan, dan menasihati. Jika dihubungkan ke dalam persuasif maka efek dari tindakan seperti menasihati istilah yang secara tidak langsung bisa menyadarkan pendengar untuk lebih terdorong dalam melakukan sesuatu. Hal ini masuk ke dalam tuturan persuasif, di mana nasihat tersebut bertujuan untuk meyakini atau membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu.

Sementara komisif melibatkan pembicara pada beberapa tindakan yang akan datang, misalnya: menjanjikan, menawarkan dan lainnya. Jika bercermin dari pengertian persuasif itu sendiri, yaitu kalimat yang bertujuan untuk meyakinkan dan membujuk orang lain agar mengikuti atau melakukan sesuatu yang dituturkan, maka tindakan komisif seperti menjanjikan termasuk ke dalam tuturan persuasif, dikarenakan dua hal tersebut merupakan cara untuk meyakinkan seseorang tentang suatu hal, sehingga orang tersebut mau mengikuti apa yang dituturkan oleh sang penutur.

Pendapat lain juga dijelaskan oleh Uchaja (2014:21) istilah persuasif bersumber pada perkataan latin *persuasi*. Kata kerjanya adalah *persuader* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.

Kebersuasifan suatu pesan sebenarnya hanya sebatas menstimulasi emosi khalayak sasaran. Suatu pesan dapat pula dikatakan persuasif jika ia bisa menyentuh akal khalayak sasaran. Pesan persuasif dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah

tujuan yang telah ditetapkan. Makna memanasipulasi di sisi bukanlah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, tetapi dalam arti memanfaatkan faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayak sasaran, sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya. Khalayak sasaran diajak untuk bersikap dan berperilaku tertentu bukanlah dimaksudkan untuk mewujudkan kepentingan si penyampai atau *persuader* semata, tetapi juga untuk kepentingan khalayak sasaran itu sendiri (Ritonga, 2005:4).

a. Teknik Persuasif

Berikut adalah Teknik komunikasi persuasif menurut Uchaja (2014:22) meliputi:

1) Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi adalah penyajian pesan dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

2) Teknik Integrasi

Teknik integrasi merupakan kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komusikan. Isi berarti bahwa, baik itu melalui kata-kata verbal atau nonverbal, komunikator menggambarkan bahwa ia senasib dan karena itu menjadi satu dengan komusikan. Contoh dari Teknik Integrasi isi seperti penggunaan perkataan kita bukan perkataan saya atau kami.

3) Teknik Ganjaran

Teknik ganjaran (*pay-off technique*) adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan.

4) Teknik Tataan

Yang dimaksudkan dengan tataan di sisi sebagian terjemahan dari *icing* adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasi untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.

5) Teknik *Red-Herring*

Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif adalah sesi seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.

b. Prinsip-Prinsip Persuasif

Faiqoh (2013:25) menyebutkan ada 5 prinsip komunikasi persuasif, di antaranya:

1) Membujuk demi Konsistensi

Maksudnya di sisi adalah bahwa khalayak lebih mungkin untuk dapat mengubah perilaku mereka jika perubahan yang dianjurkan sesuai dengan sikap, kepercayaan, dan nilai yang ada. Sikap diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka, kepercayaan sebagai tingkat keyakinan dan nilai sebagai ukuran terakhir yang bersifat abadi.

2) Membujuk demi Perubahan-Perubahan Kecil

Membujuk demi perubahan-perubahan kecil memiliki pengertian bahwa khalayak lebih mungkin untuk mengubah perilaku mereka jika perubahan yang dianjurkan adalah perubahan kecil dan itu bukan perubahan besar.

3) Membujuk demi Keuntungan

Khalayak lebih mungkin untuk mengubah perilaku mereka jika perubahan yang dianjurkan akan memberikan keuntungan bagi mereka lebih dari apa yang dikeluarkan.

4) Membujuk demi Pemenuhan Kebutuhan

Khalayak lebih mungkin untuk mengubah perilaku mereka jika perubahan yang dianjurkan berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan.

5) Membujuk Berdasarkan Pendekatan-Pendekatan Gradual

Membujuk berdasarkan pendekatan-pendekatan gradual adalah perubahan yang terjadi lebih bergantung pada penerimaan khalayak yang berhubungan dengan perubahan yang dianjurkan. Pendekatan gradual menganjurkan kepada yang lebih mungkin untuk berkerja.

c. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

Sumirat dan Suryana (2014:25) mengatakan, dalam proses komunikasi persuasi ada beberapa unsur-unsur pembentuk. Berikut penjelasannya.

1) Persuader

Persuader adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi pendapat, perilaku, sikap orang lain, baik yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal. *Persuader* dalam melakukan komunikasinya akan dikaji oleh *persuadee*. Ia akan mempertanyakan siapa lawan bicaranya tersebut. Dalam komunikasi persuasif, eksistensi *persuader* benar-benar dipertaruhkan. Eksistensinya oleh Aristoteles disebut dengan *ethos*. Seorang

persuader akan memiliki ethos yang tinggi apabila memiliki hal-hal sebagai berikut: pertama, kesiapan untuk melakukan persuasi. Ia telah dengan seksama mempersiapkan materi untuk disampaikan. Ia juga telah siap mental untuk itu, dan hal ini diwujudkan dalam gaya komunikasi yang meyakinkan. Kedua, kesungguhan dalam melakukan persuasi, kesungguhan ini dapat menimbulkan keyakinan. Ketiga, ketulusan *persuader* dalam menyampaikan pesan kepada *persuadee*, juga merupakan faktor yang penting dalam komunikasi persuasif ketulusan atau *sincerity* dan dapat membantu *persuader* untuk meningkatkan etosnya. Keempat, adalah kepercayaan atau *confidence*, yakni rasa percaya diri yang memancar dari wajah *persuader* namun tidak bersikap sombong atau takabur. Kelima yakni ketenangan atau *poisie*, akan memberikan kesan bahwa anda merupakan *persuader* yang berpengalaman serta menguasai persoalan yang disampaikan. Keenam adalah keramahan atau *friendship*, di mana hal tersebut dapat menimbulkan simpati *persuadee*. Yang terakhir adalah kesederhanaan atau *moderation*, dalam arti *persuader* mampu membuat sederhana dalam hal penampilan, penggunaan bahasa dan gaya berbicara.

2) *Persuadee*

Persuadee adalah orang atau sekelompok orang yang menerima pesan dari *persuader* baik secara verbal maupun nonverbal. *Persuadee* bisa mengarah ke seseorang yang membaca surat kabar, pemirsa televisi, pendengar radio, pembaca buku, mahasiswa di ruang kuliah, seorang pasien yang sedang berkonsultasi dengan dokter bahkan teman-teman Anda yang sedang berbicara-bicang dengan Anda. Komunikasi persuasi bisa terjadi di mana dan kapan saja. Studi-studi

tentang perubahan sikap menunjukkan bahwa terdapat banyak faktor yang berkaitan dengan penerima, yang berpengaruh terhadap persuasi.

3) Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi karena jika persepsi tidak akurat maka komunikasi tidak bisa berjalan secara efektif. Persepsi yang menentukan seseorang untuk memilih suatu pesan atau mengabaikannya. Persepsi meliputi sensasi, atensi dan interpretasi.

4) Pesan Persuasi

Dalam konsep yang luas, pesan adalah segala sesuatu yang memberikan pengertian kepada penerima. Jadi dalam hal ini termasuk kata-kata, gerak tubuh, nada suara, reaksi penerima terhadap isi pesan, media, sumber sebagai pribadi, terhadap tindakan dan nontindakan yang terjadi di dalam masyarakat. Pesan sangat erat kaitannya dengan mekanisme respon-stimulus, stimulus-respon. Pesan bisa dinamis karena adanya tindakan aktif dari *persuader* dan *persuadee*. Seorang persuader dapat merasakan respon *persuadee*, melalui isyarat, yang ditunjukkan (biasanya nonverbal), serta rangsangan kontekstual. Secara sempitnya, pesan persuasi adalah usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Arti memanipulasi dalam pernyataan tersebut bukan mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, melainkan menggunakan fakta-fakta yang berhubungan dengan motif-motif khalayak yang dituju, sehingga tergerak untuk melakukan pesan yang disampaikan.

5) Saluran Persuasi

Saluran adalah perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Adapun mengenai saluran (*channel*) digunakan oleh *persuader* untuk berkomunikasi dengan berbagai orang. Saluran ini memungkinkan merujuk pada bentuk pesan verbal maupun nonverbal. Saluran (*channel*) digunakan oleh *persuader* untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun informal, secara tatap muka ataupun bermedia. Sebagaimana halnya dalam komunikasi secara umum, komunikasi persuasif pun dalam mekanisemenya, menggunakan berbagai saluran, terdiri dua jenis yakni saluran yang bersifat formal dan saluran yang bersifat informal, yang bersifat formal seperti radio, televisi, rekaman, telepon dan lain sebagainya. Saluran yang bersifat informal seperti komunikasi kepada keluarga, sahabat, dan orang yang tidak dikenal sekalipun seperti dalam kerumunan tukang obat, saat melakukan interaksi jual beli di pasar, dan lain-lain.

6) Umpan Balik dan Efek dalam Komunikasi Persuasif

Umpan balik adalah respon yang ditimbulkan dari pesan yang disampaikan oleh *persuader*, di sisi lain efek dimaknai dengan perubahan yang ditimbulkan dari diri *persuadee* sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik eksternal, umpan balik internal adalah reaksi komunikator atas pesan yang disampaikan nnya. Jadi umpan balik internal bersifat koreksi atas pesan yang terlanjur diucapkan. Misialnya penyiar televisi seringkali mengulang ucapan kata-katanya yang salah, demikian pula penyiar radio atau mungkin Anda pun pernah

mengoreksi pesan yang Anda ucapkan. Umpan balik eksternal bersifat langsung (*direct*) umpan balik yang sifatnya langsung biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka.

3. Khotbah Jumat

a. Pengertian Khotbah Jumat

Khotbah adalah ucapan, ceramah, pidato atau istilah-istilah lainnya yang semakna dengan khotbah. Khotbah menurut etimologi syariat Islam adalah pidato yang diucapkan oleh seorang khatib di depan jemaah salat Jumat sebelum pelaksanaan salat Jumat dengan memenuhi semua syarat dan rukunnya. Khotbah antara lain bertujuan untuk memberikan nasihat kepada para jemaah, baik yang menyangkut masalah keimanan, ibadah, pendidikan, muamalah, akhlak, dan lain-lain (Sukayat, 2009:128). Jadi, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara khotbah dan khatib bagaikan mata uang sisi depan dan belakang, karena tidak mungkin khotbah tanpa adanya seorang khatib dan hal ini juga beriringan dengan pelaksanaan salat Jumat. Menurut Labib dan Mahfun (2002:103) Salat Jumat yaitu salat dua rakaat sesudah khotbah yang dilakukan pada waktu zuhur di hari Jumat. Para ulama telah sepakat bahwa hukum khotbah adalah wajib.

b. Susunan Khotbah

Adapun susunan khotbah menurut Sukayat (2009:133) adalah sebagai berikut.

- 1) Mengucapkan alhamdulillah serta puji-pujian kepada Allah Swt.
- 2) Memohon pertolongan kepada Allah Swt.

- 3) Memohon perlindungan kepada Allah Swt.
- 4) Membaca dua kalimat syahadat.
- 5) Membaca salawat kepada Nabi saw.
- 6) Wasiat takwa kepada Allah Swt.
- 7) Memberikan peringatan, mengabarkan berita gembira kepada mereka yang taat, dan memberikan ancaman bagi mereka yang sesat.
- 8) Memberikan nasihat keagamaan dan kemasyarakatan.

Pendapat lain juga dikemukakan Majelis tarjih (2018:62) setelah mengucapkan salam khatib mengawali (membuka) khotbahnya dengan mengucapkan pujian, membuat syahadat, salawat kepada Nabi saw. Membaca beberapa ayat Al-Qur'an kemudian menyampaikan tausiah.

c. Materi Khotbah Jumat

Materi khotbah sebaiknya disiapkan sebelum khatib menyampaikan khotbahnya. Artinya khatib harus menentukan apa yang nantinya akan disampaikan kepada jemaahnya, di mana khatib sudah dulu mengetahui topik serta sekilas materi mengenai uraian khotbah miliknya.

Rakhmat menjelaskan bahwa syarat-syarat materi yang baik sebagai berikut.

- 1) Materi harus sesuai pengetahuan yang dimiliki khatib. Materi yang baik adalah materi yang memberi kesan bahwa khatib lebih mengerti tentang apa yang disampaikan .
- 2) Materi yang disampaikan harus menarik.
- 3) Materi harus sesuai dengan pengetahuan *mad'u*. Sebaik apapun materi khotbah tidak akan menarik jika materi tidak dapat dicerna *mad'u*

4) Materi harus sesuai dengan waktu dan situasi. Isi khotbah harus disesuaikan dengan waktu yang diberikan. Penyampaian khotbah secara panjang dan bertele-tele menunjukkan bahwa khatib kurang menguasai materi. Dalam menyampaikan khotbah juga harus memperhatikan situasi yang ada.

5) Materi harus didukung dengan bahan atau literatur yang cukup.

Dalam menyampaikan khotbah, khatib bisa mencari materi dari beberapa sumber:

1) Diri sendiri. Sumber pengetahuan yang paling baik adalah bersumber dari diri sendiri, karena di situlah diri sendiri yang paling tahu tentang hal tersebut.

2) Orang lain. Jika diri sendiri tidak mempunyai pengalaman tentang apa yang disampaikan, maka cari informasi dari orang lain, baik itu teman, guru, atau yang lainnya.

3) Kepustakaan. Sumber informasi bisa didapatkan melalui membaca buku, majalah, surat kabar yang memberikan inspirasi.

4) Lain-lain media. Informasi juga bisa didapatkan dengan menyaksikan televisi, mendengar radio.

d. Syarat Dua Khotbah

Syarat khotbah menurut Rasjid (2014:126) adalah sebagai berikut.

1) Kedua khotbah itu hendaklah dimulai sesudah tergelincir matahari.

2) Sewaktu berkhotbah hendaklah berdiri jika mampu.

3) Khatib hendaklah duduk di antara kedua khotbah, sekurang-kurangnya berhenti sebentar.

- 2) Khotbah sebaiknya diucapkan dengan kalimat yang benar, terdengar oleh yang mendengar, mudah dipahami, sederhana, tidak terlalu panjang dan tidak pula terlalu pendek.
- 3) Khatib hendaklah tetap menghadap orang banyak jangan berputar-putar, karena yang demikian itu tidak disyaratkan.
- 4) Membaca surah *Al-Ikhlās* sewaktu duduk di antara dua khotbah.
- 5) Menertibkan tiga rukun, diawali dengan puji-pujian, salawat atas Nabi saw. Kemudian berwasiat (memberi nasihat).
- 6) Pendengar hendaklah diam serta memperhatikan khotbah. Sebagian ulama mengatakan bahwa haram berbicara atau melakukan percakapan dengan orang lain ketika mendengarkan khotbah.
- 7) Khatib hendaklah memberi salam
- 8) Khatib hendaklah duduk di atas mimbar sesudah memberi salam dan sesudah duduk itulah azan dikumandangkan.

4. Pembelajaran Retorika

Sutrisino (2014:2) mengatakan bahwa retorika (*rhetoric, rhetorica*) sering dipahami sebagai ilmu berpidato (*the art of oratory*), di sisi lain juga dikenal dengan sesi penggunaan bahasa secara efektif (*the art of using language effectively*) dan sesi berbicara dengan baik yang dicapai berdasarkan bakat alam dan keterampilan teksisi. Retorika merupakan ilmu dan sesi yang mengajar orang untuk terampil menyusun tuturan yang efektif. Retorika juga merupakan sesi untuk “memanipulasi” percakapan (*the art of fake speech*).

Pada abad ke-5 SM (Sebelum Masehi) istilah retorika muncul untuk pertama kalinya di Yunani. Saat itu merupakan masa kejayaan Yunani sebagai pusat kebudayaan barat dan para filsufnya saling berlomba untuk mencari apa yang mereka anggap sebagai kebenaran. Pengaruh kebudayaan Yunani ini menyebar sampai ke dunia timur seperti Mesir, India, Persia, Indonesia, dan lain-lain. Selanjutnya, Retorika berkembang menjadi suatu ilmu pengetahuan dan yang dianggap sebagai guru pertama dalam ilmu retorika adalah Georgias (480–370 S.M).

Dengan kata lain pada waktu itu retorika atau ilmu komunikasi digunakan untuk membela diri yang berhubungan dengan kepentingan sesaat dan praktisi. Teori Retorika yang masih banyak dipelajari hingga saat ini berpusat pada pemikiran Arisitoteles tentang retorika sebagai alat persuasif.

Sebagai alat persuasif, teori retorika berhubungan erat dengan tindak tutur seseorang. Tindak tutur adalah bagian dari cara orang menerapkan teori retorika atau secara luasnya dapat dipahami bahwa tindak tutur adalah pengaplikasian dari retorika, dalam menyampaikan tindak tutur tentu memiliki sifat membujuk dan meyakinkan yang ada di dalamnya, itulah mengapa tindak tutur persuasif memiliki hubungan dengan retorika. Perlu diketahui, bahwa retorika bertujuan agar seorang pembicara dalam membujuk khalayak harus mempertimbangkan tiga bukti retorisi, yakni : logika (*logos*), emosi (*pathos*) dan etika/kredibilitas (*ethos*). Teori Retorika adalah teori yang memberi petunjuk untuk menyusun sebuah pidato atau presentasi yang efektif dengan menggunakan bentuk persuasi yang tersedia. Beberapa asumsinya adalah:

- 1) Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak, pembicara perlu melakukan analisis kepada khalayak sehingga pidato dapat disusun sedemikian rupa agar pendengar memberi respon seperti yang diharapkan.
- 2) Pembicara yang efektif memasukkan unsur referensi dalam presentasi mereka, yang terdiri dari cara persuasi, *ethos*, *pathos* dan *logos*.
- 3) Kanon retorika, yakni prinsip-prinsip yang harus diikuti pembicara, terdiri dari: penemuan (*invention*), pengaturan (*arrangement*), gaya (*style*), penyampaian (*delivery*), dan ingatan (*memory*).

Mengenai fungsi dan tujuan retorika sebagai Teknik persuasif, di dalamnya terdapat pendekatan teori kognitif yang merupakan pendekatan tradisional dalam persuasi, walaupun terbukti sangat bermanfaat, tidak membahas sama sekali mengapa orang berubah sikapnya bila dihadapkan pada pesan persuasif, maka dari itu saat ini, pendekatan modern berusaha mengatasi kekurangan tersebut dengan perspektif kognitif.

Retorika adalah seni para retorikan untuk menenangkan jiwa pendengar. Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan retorikan untuk mengemukakan suatu kasus tertentu secara menyeluruh melalui pesan persuasi yang ada di dalamnya. Melihat pernyataan yang ada, itulah mengapa materi mengenai retorika masih digunakan dan dipelajari sampai saat ini. Karena ia masuk ke dalam ranah kehidupan manusia dengan berhubungan langsung dengan tindak tutur yang dilakukan oleh suatu individu yang satu dengan yang lainnya.

B. Kajian Penelitian Relevan

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Paramita Vilya mahasiswa Universitas Baturaja, judul penelitiannya adalah Analisis Tindak Tutur Guru Taman Kanak-kanak Aisyiyah Busthanul Athfal 1 Baturaja dalam proses belajar mengajar”. Berdasarkan analisis data dapat diketahui jenis tindak tutur yang terjadi antara guru taman kanak-kanak Aisyiyah Busthanul Athfal 1 Baturaja kelas B3, S1 dan SB meliputi: refresentatif yang terdiri dari menyatakan dan menunjukkan tindak tutur direktif yaitu memerintah, tindak tutur terdiri dari menegaskan dan memberitakan, tindak tutur impositif yang terdiri dari menyarankan dan memperingatkan, tindak tutur interogatif, tindak tutur imperatif yaitu memerintah dan tindak tutur asertif.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Anggun Ekawati salah satu mahasisiwa dari UIN Raden Intan Lampung, judul penelitiannya tentang “Komunikasi Persuasi Dai kepada Masyarakat yang Berbeda Madzhab di Dusun Pasar Lama Labuhan Maringgai Lampung Timur”. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian isi menggunakan teknik analisis data dengan model tematik.

Penelitian ini menyimpulkan tentang komunikasi persuasi menjadi salah satu cara komunikasi yang efektif untuk mempengaruhi masyarakat dan dapat mengubah masyarakat menjadi lebih baik dan hidup rukun walaupun berbeda madzhab.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Muirodah yang berasal dari UIN Walisiongo Semarang, penelitiannya membahas tentang “Teknik Komunikasi

Persuasif Ustadz Muhammad Nur Maulana dalam Acara Islam itu Indah di Trans Tv. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa Ustadz Muhammad Nur Maulana menggunakan teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik *pay off idea*, teknik *fear arousing*, dan teknik icing dalam program Islam itu indah di Trans TV.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Cicik Nur Faiqoh, dengan judul penelitian yakni Khotbah Jumat Persuasif H. Ahmad Zahro di Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya". Penelitian ini mengkaji tentang khotbah Jumat persuasif H. Ahmad Zahro di Masjid Nasional *Al-Akbar* Surabaya. Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah khotbah Jumat persuasif apa yang digunakan H. Ahmad Zahro ketika khotbah Jumat di Masjid Nasional *Al-Akbar* Surabaya.

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh data tentang khotbah jumat H. Ahmad Zahro. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis model Miles dan Huberman.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persuasi khotbah Jumat H. Ahmad Zahro di Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya yaitu: model kognitif, taktik *say it with flowers*, taktik *don't ask if ask wich*, taktik transfer, Teknik asosiasi, Teknik integrasi, Teknik *pay off idea* dan *fear arousing*.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Ridho Kurniawan dan Yuliatr

Novita, dengan judul penelitian yakni “Tindak tutur persuasif pedagang kaki lima di pasar Kaget Gelora Haji Agus Salim Padang. Berdasarkan hasil penelitian di 19 tempat yang berbeda. Peneliti menemukan jumlah bentuk-bentuk tindak tutur persuasif pedagang, dari data tersebut peneliti menemukan 3 bentuk tindak tutur persuasif yang terdiri dari 25 tindak tutur asertif, 13 tindak tutur direktif, dan 1 tindak tutur komisif. Selain itu ada 6 jenis fungsi tindak tutur persuasif yang terdiri dari 18 fungsi bujukan, 11 fungsi anjuran, 7 fungsi ajakan, 1 fungsi persilahan, 1 fungsi himbauan, dan 1 fungsi permohonan. Bentuk tuturan yang paling banyak adalah asertif dan tuturan yang paling banyak digunakan adalah fungsi bujukan.