

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Retorika adalah penggunaan bahasa dengan baik atau efektif yang harus dipelajari seseorang yang menggunakan bahasa dengan cara yang efektif untuk tujuan tertentu. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang diutarakan oleh Keraf (2000:1) bahwa retorika adalah suatu istilah yang secara tradisional diberikan pada suatu tehnik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik. Jadi, retorika tidak dapat dilepaskan dari hakikat bahasa. Sebab erat kaitannya dengan penggunaan semua unsur kebahasaan.

Berbahasa yang efektif, dalam kaitannya dengan gaya penulisan, dapat diklasifikasikan ke dalam tiga hal pokok yaitu, kejujuran, sopan santun, menarik. Kejujuran dalam kaitannya dengan gaya penulisan, yaitu tercermin pada susunan yang jelas dan tidak berbelit-belit. Penulisnya tidak termasuk mendustai pembaca dengan kata-kata yang hebat. Sopan santun adalah salah satu cara menghormati atau menghargai orang lain dengan sikap santun, dalam pergaulan sehari-hari, dan berperilaku yang akrab, misalnya berbicara dalam nada lembut. Namun, dalam kaitannya dengan gaya penulisan sikap sopan santun ini diwujudkan dalam susunan kalimat yang menarik. Rasa menghormati dan menghargai orang lain justru diuraikan melalui penggunaan kalimat yang efektif atau kalimat yang jelas. Sedangkan menarik merupakan sesuatu yang ditunjukkan dan tidak membosankan, agar pembaca mudah memahami cara penulisan dalam kosa kata harus mengubah panjang pendek kalimat dan struktur morfologisnya artinya dalam penulisan surat pembaca bahasanya jangan terlalu luas. Kemenarikan diharapkan dapat menciptakan rasa senang bagi pembaca.

Retorika persuasif merupakan retorika bertujuan mempengaruhi pembaca atau pendengar untuk melakukan tindakan sesuai dengan yang diharapkan penuturnya. Untuk mempengaruhi tersebut, biasanya digunakan segala upaya yang memungkinkan pembaca terpengaruh. Untuk mencapai tujuan tersebut, retorika persuasif kadang menggunakan alasan yang tidak rasional.

Persuasif adalah membujuk agar pembaca dapat memahami dan menerima tanpa paksaan dari pihak lain. Hal tersebut sama dengan yang diutarakan oleh Keraf (2000:118) persuasif adalah keputusan yang benar dan bijaksana dan dilakukan tanpa paksaan atau kekerasan terhadap orang yang menerima persuasif. Jadi persuasif adalah tidak bersifat paksaan dengan memberikan alasan yang menarik agar seseorang mau menerima persuasif tanpa paksaan. Retorika persuasif banyak ditemukan penggunaannya pada majalah atau surat kabar. Salah satunya adalah pada surat pembaca.

Surat pembaca adalah surat yang ditulis oleh pembaca yang berisi tulisan yang biasa dimuat di surat kabar atau koran, tabloid, majalah, yang berupa tanggapan, kritik, saran, keluhan, ajakan, ucapan terima kasih dan lain-lain Fauziah (2013: 98). Surat pembaca tidak dikemas seperti surat pada umumnya, dengan amplop, kop surat dan sejenisnya. Surat pembaca surat terbuka yang isinya bisa dibaca oleh siapa saja seperti ditujukan kepada lembaga, pemerintah, kantor, perusahaan, perorangan, kelompok atau organisasi. Dalam menulis surat pembaca terdapat permasalahan yang harus diperhatikan dalam menulis surat pembaca yaitu berupa saran, tanggapan, dan kritik. Alasan pada surat pembaca itu sebenarnya ada maksud tertentu ada tujuan yang hendak dicapai akan tetapi pembaca tidak dapat memahami apa yang disampaikan oleh penulis. Surat pembaca dapat ditemukan di seluruh majalah atau surat kabar. Salah satu majalah yang cukup dikenal adalah majalah tempo. Majalah tempo terkenal dengan berita-berita yang berbobot.

Majalah tempo adalah salah satu media cetak dalam bentuk majalah mingguan yang berfokus pada berita politik, hukum, ekonomi, dan gaya hidup masyarakat di Indonesia. Surat pembaca yang biasa dimuat dalam majalah tempo itu pada dasarnya berupa saran, kritik, dan tanggapan mengenai tulisan yang dimuat dalam majalah yang disesuaikan dengan tingkatan masyarakat pembaca. Retorika (gaya bahasa) dalam suatu informasi harus disesuaikan dengan masyarakat pembaca. Retorika persuasif yang digunakan pada surat pembaca tidak hanya bertujuan untuk membuat pembaca paham dengan isi surat pembaca tersebut. Akan tetapi, untuk mempengaruhi pola pikir pembaca terhadap masalah atau topik yang terdapat di dalam surat pembaca. Selain itu surat pembaca merupakan masukan untuk penulisan berita-berita yang terdapat dalam majalah.

Pada kenyataannya keberadaan surat pembaca dalam majalah tempo kurang diperhatikan karena pembaca lebih fokus terhadap berita-berita yang dimuat. Selain itu pembaca kurang memahami penggunaan retorika persuasif dalam majalah tempo yang dimuat dalam surat pembaca. Padahal surat pembaca merupakan salah satu bagian penting dalam majalah tempo, seperti yang dijelaskan sebelumnya.

Retorika persuasif dalam sebuah tulisan dapat diketahui dari diksi dan gaya bahasa serta dilihat dari segi topik dan isinya yang terdapat dalam majalah tempo untuk menarik pembaca. Arifin dan Tasai (2009:28) mengatakan diksi adalah pilihan kata. Maksudnya, kita memilih kata yang tepat untuk menyatakan sesuatu. Pilihan kata merupakan suatu unsur sangat penting, baik dalam dunia karang-mengarang maupun dalam dunia tutur setiap hari. Kata yang tepat akan membantu seseorang mengungkapkan dengan tepat apa yang ingin disampaikannya, baik lisan maupun tulisan. Di samping itu, pemilihan kata itu harus pula sesuai dengan situasi dan tempat penggunaan kata-kata itu. Jadi, dalam pemilihan kata kita tidak lari dari kamus itu sendiri, karena kamus memberikan suatu ketepatan kepada kita tentang pemakaian kata-kata. Diksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah diksi

denotatif, konotatif pemakaian kata-kata atau istilah asing, pemakaian kata kajian, dan pemakaian makna singkatan.

Keraf (2000:112) mengatakan adalah gaya bahasa meliputi semua hirarki kebahasaan: pilihan kata secara individual, frasa, klausa, dan kalimat, bahkan mencakup pula sebuah wacana termaksud pula persoalan gaya bahasa. Jadi, jangkauan gaya bahasa sebenarnya sangat luas, tidak hanya mencakup unsur-unsur kalimat yang mengandung corak-corak tertentu, tetapi menyangkut juga beberapa keperluan tersebut seperti menulis karya ilmiah, menulis surat pembaca, karangan bebas, menulis buku-buku pelajaran, menulis berita, menulis surat kabar, majalah, dan tabloid. Khusus untuk media cetak gaya bahasa berfungsi untuk memberikan informasi mengenai politik, pendidikan, olahraga, kesehatan, layanan niaga, dan informasi penting kepada khalayak. Gaya bahasa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gaya bahasa metafora.

Surat pembaca harus menentukan topik yang membahas pokok dalam tulisan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang diutarakan oleh Wibowo (2001: 30) bahwa menentukan topik berarti kita harus memilih hal atau gagasan apa yang akan diutamakan dan menjadi bahasan pokok dalam tulisan kita. Topik bermakna pokok pikiran, bahan pembicaraan, atau sesuatu yang sedang hangat diperbincangkan.

Bertitik tolak dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan alasan perlunya pemahaman retorika persuasif yang terdapat dalam surat pembaca agar pembaca dapat memahami maksud dari isi surat pembaca tersebut.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan seperti berikut:

- 1) Retorika dalam surat pembaca terdapat permasalahan yang harus di perhatikan yaitu saran, tanggapan, dan kritik.
- 2) Retorika persuasif dalam surat pembaca pada majalah tempo untuk mempengaruhi pembaca sulit dipahami.
- 3) Keberadaan surat pembaca pada majalah tempo kurang di perhatikan oleh pembaca.
- 4) Retorika persuasif surat pembaca terdapat permasalahan diksi, gaya bahasa yang terdapat dalam majalah tempo.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, perlu adanya pembatasan terhadap masalah yang akan dikaji. Pembatasan ini dimaksudkan agar pengkajian atau pembatasan lebih fokus pada pokok permasalahan. Oleh sebab itu, permasalahan dibatasi pada penggunaan bahasa yang bertujuan untuk mempengaruhi pembaca dalam surat pembaca yang terdapat pada majalah tempo.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, masalah dalam penelitian inidirumuskan sebagai berikut.

- 1) Bagaimanakah diksi retorika persuasif dalam surat pembaca pada majalah *tempo*?
- 4) Bagaimanakah gaya bahasa retorika persuasif dalam surat pembaca pada majalah *tempo*?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan diksi retorika persuasif dalam surat pembaca pada majalah *tempo*
- 2) Mendeskripsikan gaya bahasa retorika persuasif dalam surat pembaca pada majalah *tempo*

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat bagi penulis

Manfaat penelitian ini yakni dapat menambah pengetahuan penulis tentang penggunaan retorika persuasif surat pembaca dalam majalah, serta dapat menambah pengalaman dalam melakukan penelitian.

- 2) Manfaat bagi pembaca

Meningkatkan pemahaman tentang retorika persuasif atau bersifat merayu agar pembaca tertarik dengan penggunaan pilihan kata dan kalimat yang tepat dan efektif.

- 3) Manfaat bagi lembaga pendidikan

Manfaat penelitian ini bagi lembaga pendidikan dapat memberikan sumbangan pikiran dan pengajaran terutama yang berhubungan dengan bidang retorika. Hal ini dapat diajukan bahan perbandingan bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia.

## **1.7 Definisi Operasional**

Definisi operasional ini adalah sebagai berikut:

- 1) Retorika persuasif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seni berkomunikasi, berbicara yang dilakukan oleh seseorang yang bertujuan untuk mempengaruhi, merayu, dan membujuk dengan menggunakan pilihan kata dan gaya bahasa yang mempengaruhi pembaca.
- 2) Surat pembaca yang dimaksud dalam penelitian ini adalah informasi, pesan, dan berita yang di kirim oleh pembaca dan di muat dalam majalah tempo yang terdiri atas topik dan isinya.
- 3) Jadi kesimpulnnya retorika persuasif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah retorika persuasif dalam surat pembaca pada majalah tempo.