

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Watchdoc Image merupakan akun Youtube yang memiliki kurang lebih 727.000 pelanggan (subscribers). Pada tahun 2023 akun Youtube Watchdoc Image menyimpan total 256 video dengan total 89.177.010 tayangan. Akun yang bergabung di Youtube pada 8 Januari 2015 ini berisikan mengenai konten video sosial masyarakat, lingkungan hidup, dan hak asasi manusia di Indonesia. Video yang terdapat pada akun ini berfokus pada bagaimana kehidupan masyarakat dengan lingkungan sekitarnya. Eksistensi akun ini mulai melejit ketika terdapat kumpulan video dokumenter mengenai sebuah Ekspedisi keliling Indonesia. Video *Ekspedisi Indonesia Biru* menjadi penyebab utama meningkatnya akun Youtube Watchdoc Image.

Ekspedisi Indonesia Biru merupakan sebuah kumpulan video dokumenter dua jurnalis bernama Dandhy Dwi Laksono dan “Ucok” Suparta Arz. *Ekspedisi Indonesia Biru* terdiri atas 55 video dengan total 572.000 tayangan pada Agustus 2023. Yang menarik pada *Ekspedisi Indonesia Biru* ini yaitu bagaimana cara masyarakat melangsungkan hidup dengan memanfaatkan alam dengan tetap mementingkan konservasi alam, baik itu sektor daratan maupun lautan. Ekspedisi ini merekam berbagai kegiatan masyarakat Indonesia yang berkaitan dengan alam sekitarnya serta bagaimana masyarakat yang hidup bergantung pada alam namun alam tersebut malah dirusak oleh para investor asing yang digunakan untuk kepentingan pribadi perusahaan mereka dengan dalih konservasi alam. Hal inilah

yang diliput oleh dua jurnalis hingga berkeliling Indonesia. Ekspedisi dimulai pada awal tahun 2015, yaitu tanggal 1 Januari. Tujuan pertama ekspedisi ini yaitu daerah Baduy Dalam. Baduy Dalam dipilih karena pada daerah ini terdapat mengenai aturan adat yang tidak memperbolehkan penggunaan alat elektronik termasuk kamera yang beroperasi di daerah mereka. Kasepuhan Ciptagelar juga menjadi salah satu tujuan pada ekspedisi ini, hal itu karena pada daerah ini memiliki hal yang sangat menarik yaitu mengenai ketahanan pangan yang sudah ada dan diterapkan secara turun-temurun. *Ekspedisi Indonesia Biru* merupakan ekspedisi yang dilakukan dengan mengelilingi Indonesia yang diawali di daerah Baduy, Banten, Bali, Nusa Tenggara, Papua, Sulawesi, Kalimantan, Sumatra dan berakhir pula di daerah Baduy.

Seluruh video *Ekspedisi Indonesia Biru* diunggah melalui media sosial. Hal ini karena media sosial menjadi sebuah kemajuan yang dapat dirasakan oleh berbagai khalayak dan tentunya pada saat ini media sosial telah menjadi sebuah cara baru dalam berkomunikasi, media sosial menjadikan komunikasi lebih simpel dan efisien. Lembaga *We Are Social* dalam Nasrullah (2015) melakukan riset mengenai penggunaan media sosial dan internet yang cukup tinggi di Indonesia. Terdapat sekitar 15 persen penetrasi internet atau sekitar 38 juta lebih pengguna internet. Terdapat 62 juta orang yang memiliki media sosial di Indonesia dari total seluruh masyarakat di Indonesia dan juga masyarakat Indonesia hampir 3 jam lebih menghabiskan waktu terkoneksi internet dan bermain media sosial. Oleh karena itu bermain media sosial merupakan sebuah hal wajib yang harus dilakukan oleh hampir seluruh masyarakat di Indonesia dan juga media sosial dapat menjadi

penghubung banyak individu yang ingin bertukar berbagai hal secara cepat dan efisien.

Youtube menjadi media sosial yang tergolong cukup populer saat ini, sehingga memunculkan sebuah fenomena baru yaitu Youtuber. Istilah Youtuber merupakan sebutan bagi mereka yang tidak hanya menikmati video yang ada di Youtube tapi juga membuat video dengan kreativitas serta keunikan mereka lalu diunggah di media sosial Youtube. Setiap Youtuber memiliki ciri khas mereka masing-masing dari segi konten video yang mereka unggah. Terdapat banyak saluran Youtube yang ada di Indonesia tentunya dengan tema video yang berbeda-beda pada tiap akunnya. Pada tahun 2019, 88 persen dari total keseluruhan pengguna media sosial di Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial Youtube (Riyandi, 2019). Dari banyaknya pengguna Youtube, konten-konten video yang ada di Youtube pun beragam mulai dari konten hiburan, horror, film pendek, dokumenter, dan masih banyak lainnya.

Dengan adanya Youtube, menjadikan sebuah wadah baru bagi para pembuat video dengan durasi yang panjang untuk mengunggah video mereka guna mengkomunikasikannya kepada masyarakat luas. Komunikasi setiap manusia menjadi hal wajib guna mendapatkan informasi atau bertanya mengenai suatu hal. Bahasa menjadi alat komunikasi yang dapat digunakan manusia. Bahasa dapat menjadi tanda mengenai bagaimana pemikiran manusia dalam berfikir serta mengungkapkan berbagai hal. Bahasa menciptakan makna yang telah diproses oleh pikiran kemudian melalui makna lahirlah sebuah pemikiran yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan sebuah tindakan (Dardjowidjojo, 2003: 141). Bahasa menjadi salah satu penentu kemampuan kognitif seseorang.

Interaksi manusia membutuhkan sebuah alat, bahasa menjadi alat yang digunakan manusia dalam berkomunikasi. Bahasa sebagai alat komunikasi berperan sebagai alat pencipta interaksi antar manusia dalam menyampaikan pesan, pandangan, bahkan perasaan mengenai berbagai hal sehingga menciptakan sebuah komunikasi. Dalam komunikasi dapat memberikan kesempatan kepada manusia untuk melakukan kerja sama sehingga menciptakan sebuah keharmonisan antara individu maupun kelompok manusia.

Pada era globalisasi, komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, perkembangan teknologi yang pesat berdampak positif bagi perkembangan komunikasi. Dengan adanya perkembangan teknologi membuat jangkauan penggunaan bahasa lisan maupun tulisan menjadi lebih luas. Perkembangan komunikasi serta penggunaan bahasa dapat dilihat pada media sosial. Nasrullah (2015) berpendapat bahwa media sosial merupakan penghubung di internet yang memungkinkan para penggunanya untuk merepresentasikan dirinya, berkomunikasi, bekerja sama, berbagi berbagai hal secara virtual. Terdapat tiga hal penting dalam media sosial yaitu pengenalan, komunikasi, dan kerjasama.

Dengan adanya media sosial, komunikasi berkembang menjadi lebih canggih, dengan bermedia sosial para penutur dapat berbagi informasi dan berkomunikasi tanpa harus bertemu secara langsung dan bertatap muka. Hal ini menjadikan bahasa sebagai alat komunikasi tidak hadir sendiri, melainkan hadir bersama gambar maupun video dalam media sosial. Ini yang menjadi salah satu hal yang menarik pada penelitian ini. Hal tersebut karena visual gambar yang ditampilkan pada video juga menjadi media persuasif, visual video tersebut juga menyimpan pesan yang harus diketahui oleh para penonton, yang pastinya video itu hadir bersama dengan

bahasa. Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi haruslah mudah dipahami penggiat media sosial, hal ini agar pesan mudah dicerna tanpa ada salah tafsir, dan makna ganda (Nasrullah, 2021).

Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi juga digunakan pada kumpulan video *Ekspedisi Indonesia Biru*. *Ekspedisi Indonesia Biru* yang merupakan kumpulan video bagaimana kehidupan masyarakat Indonesia serta kaitannya dengan sosial masyarakat, lingkungan hidup, hak asasi manusia serta pelestarian alam di Indonesia tentunya dibuat tidak hanya untuk sekedar sebagai hiburan namun ini merupakan sebuah kampanye lingkungan dari masyarakat kecil. Bahasa turut hadir bersama video dalam pembuatan video ekspedisi ini, pemilihan bahasa juga harus sesuai dengan tujuan dari pembuatan video ini.

Kumpulan video *Ekspedisi Indonesia Biru* memiliki ciri khas yang cukup berbeda dari kebanyakan video di Youtube, sehingga atensi masyarakat penikmat video Youtube menjadi besar terhadap video Ekspedisi ini. Pada video *Ekspedisi Indonesia Biru* berisikan bahasa yang membuat penonton lebih mudah untuk memahami isi cerita dan pesan dari jurnalis kepada para penikmat videonya. Pada video *Ekspedisi Indonesia Biru* secara tidak langsung bertujuan untuk mengajak penonton agar percaya dan yakin terhadap isi dan hal apa yang disampaikan pada video tersebut. Bahasa membujuk, mengajak serta meyakinkan tersebut yang disebut dengan bahasa persuasif.

Persuasif yaitu bahasa yang digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan seseorang agar melaksanakan sesuatu yang diinginkan oleh pembicara (Keraf, 2007: 118). Pendapat lain juga dikemukakan oleh Tarigan (dalam Maulina dkk, 2018) persuasif merupakan sebuah karangan yang menarik perhatian dan minat

sehingga meyakinkan bahwa pengalaman atau hal yang disampaikan pembicara merupakan hal yang sangat penting. Tujuan dari komunikasi persuasif adalah perubahan (Hendri, 2019: 70).

Tidak semua Youtuber menggunakan bahasa persuasif dalam video mereka, penggunaan bahasa persuasif digunakan agar penonton dapat percaya dan yakin dengan informasi pada video mereka. Hal ini juga dilakukan oleh Dandhy dan Ucok pada kumpulan Video *Ekspedisi Indonesia Biru* yang mereka unggah pada kanal YouTube Watchdoc Image. Penggunaan bahasa persuasif sangat menarik untuk dijadikan sebagai topik sebuah penelitian. Bahasa persuasif memiliki banyak jenis, namun yang paling umum diketahui masyarakat yaitu penggunaan kata “ayo” dan “jangan” saja namun pada video *Ekspedisi Indonesia Biru* memiliki bahasa persuasif yang menarik karena tidak dikatakan langsung oleh pembuat video.

Pada Video *Ekspedisi Indonesia Biru* terdapat bahasa persuasif berupa ajakan, saran, dan penegasan khususnya mengenai hal yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat yang memanfaatkan alam dalam kehidupan keseharian masyarakat di Indonesia. Hal ini dilakukan tentunya agar dapat meyakinkan para penonton untuk percaya terhadap segala hal yang ada pada video *Ekspedisi Indonesia Biru* tersebut yakni mengenai kehidupan masyarakat Indonesia yang masih banyak menggantungkan hidup mereka dengan memanfaatkan alam sekitar mereka. Selain itu, pada video tersebut juga terdapat berbagai teknik persuasif sehingga dapat mempengaruhi penonton video tersebut untuk tertarik dan mengikuti perkembangan video *Ekspedisi Indonesia Biru* yang diunggah pada kanal YouTube Watchdoc Image.

Bahasa persuasif yang sering terdapat pada video *Ekspedisi Indonesia Biru* adalah bahasa persuasif berupa anjuran atau saran. Saran yang diberikan Dandhy dan Ucok pada kumpulan video *Ekspedisi Indonesia Biru* yaitu saran yang lebih untuk memanfaatkan apa yang ada di alam sekitar untuk kebutuhan hidup sehari-hari, seperti memanfaatkan kotoran ternak dan urine manusia sebagai bahan baku pembuatan pupuk organik. Mencermati hal tersebut, peneliti memilih bahasa persuasif pada kumpulan video *Ekspedisi Indonesia Biru* yang diunggah pada media sosial YouTube Watchdoc Image sebagai objek kajian menarik untuk diteliti. Hal ini karena objek tersebut sudah diketahui oleh banyak orang khususnya para pengguna media sosial Youtube yang mengikuti akun Youtube Watchdoc Image, selain itu bahasa persuasif pada kumpulan video *Ekspedisi Indonesia Biru* yang diunggah pada media sosial YouTube Watchdoc Image belum pernah diteliti sebelumnya.

Berdasarkan uraian di atas, penting adanya sebuah kajian terhadap bahasa persuasif pada kumpulan video *Ekspedisi Indonesia Biru* yang diunggah pada kanal Watchdoc Image. Bahasa persuasif pada kumpulan video *Ekspedisi Indonesia Biru* yang diunggah pada kanal YouTube Watchdoc Image akan dideskripsikan. Bertolak dari hal tersebut, diangkat sebuah penelitian yang berjudul “Bentuk Bahasa dan Teknik Persuasif *Ekspedisi Indonesia Biru* pada kanal YouTube Watchdoc Image dan Relevansinya Dengan Pembelajaran Teks Persuasif”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka telah diidentifikasi sejumlah permasalahan, yaitu sebagai berikut.

1. Masyarakat lebih memandang video pada kanal Youtube sebagai video hiburan semata tanpa memerhatikan bagaimana penggunaan bahasa pada video tersebut.
2. Para pembuat video pada kanal Youtube lebih mementingkan hal teknis dibandingkan dengan bagaimana penggunaan bahasa yang sesuai dengan tujuan video tersebut.
3. Media sosial Youtube masih dipandang sebagai kegiatan yang ada di luar dunia cetak. Orang-orang lebih menganggap media cetak sebagai sumber utama dalam pembelajaran, padahal terdapat banyak informasi yang bisa didapat pada media sosial Youtube.
4. Video pada media sosial Youtube hanya dinikmati dari permukaan, tidak secara mendalam mengenai makna pada video tersebut.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian menjadi hal yang harus dilakukan. Pembatasan masalah bertujuan agar pembahasan pada kajian penelitian menjadi terarah, tidak terlalu luas, serta tentunya memperjelas masalah yang ingin diteliti. Oleh sebab itu, agar sebuah penelitian mendapatkan hasil yang maksimal, perlu adanya sebuah batasan-batasan masalah. Dengan demikian, penelitian ini hanya akan berfokus pada bentuk bahasa dan teknik persuasif *Ekspedisi Indonesia Biru* pada kanal Watchdoc Image serta relevansinya dengan pembelajaran teks persuasif kelas VIII SMP.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimanakah bentuk bahasa persuasif video *Ekspedisi Indonesia Biru* pada kanal Watchdoc Image?
2. Bagaimanakah teknik persuasif video *Ekspedisi Indonesia Biru* pada kanal Watchdoc Image?
3. Bagaimanakah relevansi bentuk bahasa dan teknik persuasif *Ekspedisi Indonesia Biru* dengan pembelajaran teks persuasif di SMP?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, peneliti merumuskan beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mendeskripsikan bentuk bahasa persuasif video *Ekspedisi Indonesia Biru* pada kanal Watchdoc Image
2. Untuk teknik persuasif video *Ekspedisi Indonesia Biru* pada kanal Watchdoc Image.
3. Untuk mengetahui relevansi bentuk bahasa dan teknik *persuasif Ekspedisi Indonesia Biru* dengan pembelajaran teks persuasif kelas VIII SMP.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini setidaknya dapat memberikan dua manfaat, yaitu secara teoretis dan secara praktis.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, pada penelitian dapat memperkaya pengetahuan mengenai teori bahasa persuasif dari segi bentuk bahasa dan teknik persuasif dalam kumpulan video *Ekspedisi Indonesia Biru* yang diunggah pada media sosial YouTube Watchdoc Image.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penggiat media sosial Youtube

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi saat memilih kalimat yang mengandung bentuk bahasa dan teknik persuasif dalam mempengaruhi khalayak.

b. Bagi Guru Mata Pelajaran Bahasa Indonesia

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi atau bahan ajar dalam pembelajaran kalimat persuasif.

c. Bagi Siswa

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengenal bagaimana bentuk dan teknik dalam pembuatan kalimat persuasif serta dapat digunakan untuk meningkatkan keterampilan dalam menulis kalimat persuasif.

d. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai acuan atau sumber data untuk melaksanakan penelitian sejenis mengenai bahasa persuasif khususnya bentuk dan teknik persua

