

Imbauan Publik dalam Wacana Persuasi di Kota Makassar

Johar Amir^{1*}, Muhammad Saleh², Muhammad Ilham³, Ambo Dalle⁴

¹⁻⁴ Universitas Negeri Makassar

* djohar.amir@unm.ac.id;

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap: (1) wujud wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar; (2) fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar; dan (3) efek wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar. Data penelitian ini berupa data tulisan, yaitu kalimat-kalimat yang digunakan dalam imbauan publik di Kota Makassar. Data tersebut diperoleh dari wacana tulis yang memuat imbauan publik di Kota Makassar selama tahun 2020. Data tersebut dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, meliputi teknik baca dan teknik catat. Instrumen penelitian ini yakni kartu data dan kamera. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yang mencakup empat langkah kegiatan yakni (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) penyimpulan/verifikasi. Temuan penelitian ini berupa wujud, fungsi, dan efek wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar. Wujud wacana persuasi yang ditemukan dalam penelitian ini, yakni kalimat imperatif dan kalimat deklaratif. Kalimat imperatif yang ditemukan berupa (1) kalimat imperatif biasa, (2) kalimat imperatif permintaan, (3) kalimat imperatif ajakan, (4) kalimat imperatif suruhan, dan (5) kalimat imperatif larangan. Kalimat deklaratif yang ditemukan, yakni (1) kalimat deklaratif aktif, dan (2) kalimat deklaratif pasif. Fungsi wacana persuasi yang ditemukan dalam penelitian, yakni (1) fungsi permintaan, (2) fungsi larangan, (3) fungsi perintah, (4) fungsi peringatan, dan (5) fungsi anjuran. Efek wacana persuasi yang ditemukan dalam penelitian ini, yakni efek positif dan efek negatif.

Kata Kunci: *imbau publik, wacana persuasi, fungsi wacana persuasi, efek wacana persuasi*

Pendahuluan

Setiap individu dalam kehidupan pasti tidak akan terlepas dari melakukan komunikasi dengan individu lainnya. Dalam berkomunikasi diperlukan adanya sarana agar komunikasi tersebut dapat berjalan dengan baik. Sarana itu berupa bahasa. Bahasa yang tepat digunakan untuk memberi tahu pembaca atau pendengar tentang sesuatu dan untuk membuat pembaca atau pendengar mau melakukan sesuatu. Adapun cara yang dilakukan untuk menyampaikan maksud tersebut dapat dilakukan dengan memunculkan suatu wacana, baik secara lisan maupun dalam bentuk tulisan.

Wacana persuasi merupakan wacana yang berfungsi untuk memengaruhi sikap dan pendapat pembaca mengenai suatu hal yang disampaikan penulis dalam wacana tersebut (Darma, 2014: 35). Salah satu bentuk wacana persuasi dapat ditemukan dalam imbauan di ruang publik. Imbauan publik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ajakan yang dapat ditemukan di ruang publik, diakses oleh khalayak umum, dan terbagi dalam wacana lisan maupun tulis. Imbauan di ruang publik ini bertujuan untuk meminta, menyerukan, mengajak publik untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

Lebih lanjut, Darma (2014: 35) juga menyebutkan bahwa wacana persuasi dalam imbauan publik digunakan penutur untuk menyampaikan sesuatu terhadap pembaca dengan bahasa yang tepat dan mudah dipahami. Dalam memahami maksud dari imbauan tersebut, yang harus diperhatikan pembaca bukan hanya aspek gramatikal, melainkan juga aspek fungsi komunikatifnya. Berkenaan dengan itu, berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara awal di Kota Makassar, tidak semua orang memahami maksud tuturan yang disampaikan dalam imbauan tersebut. Hal ini menjadi langkah awal penelitian yang dilakukan berkaitan dengan wujud, fungsi, dan efek bahasa.

Pemakaian bahasa yang terdapat dalam imbauan publik di Kota Makassar sangat menarik dan luas untuk dikaji secara ilmiah. Hal tersebut didasarkan hasil observasi dan wawancara dengan beberapa sumber, baik pihak pembuat maupun pihak pendesain imbauan, menunjukkan bahwa bahasa yang terdapat dalam imbauan publik tentunya mempunyai maksud tersurat dan tersirat yang bertujuan untuk memberikan pengaruh kepada pembaca. Namun, hal ini terkadang tidak tercapai karena kurang peka pembaca terhadap esensi dari tuturan yang diterimanya. Hal tersebut dapat dilihat pada sekilas data hasil observasi yang dapat dijadikan acuan awal dalam penelitian ini.

Dilarang Buang Sampah di Sini!

Konteks:

Imbauan ini dibuat pemerintah agar masyarakat tidak membuang sampah di salah satu taman kota di Kota Makassar.

Berdasarkan imbauan tersebut terlihat pemerintah memberi instruksi kepada siapa saja yang mengunjungi taman tersebut untuk tidak membuang sampah. Akan tetapi, masih ada saja masyarakat yang membuang sampah.

Penelitian ini pun relevan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Silfia (2014) yang menunjukkan bahwa wacana persuasi ditemukan pada semua latar belakang skripsi mahasiswa di FIB Universitas Airlangga. Pada hasil analisis tata bahasa ditemukan kalimat aktif, kalimat pasif, kalimat luas, dan adanya hubungan makna dalam kalimat luas. Hubungan makna tersebut antara lain penjumlahan, pertuturan, pemilihan, lebih, perlawanan, waktu, isi, perbandingan sebab, akibat, harapan, kegunaan, dan cara.

Selanjutnya, ada pula penelitian yang dilakukan oleh Sukarno (2013) yang hasil penelitiannya menunjukkan teknik persuasi yang digunakan dalam TKJ adalah persuasi secara langsung, persuasi tidak langsung, persuasi menggunakan majas, persuasi menggunakan acuan, persuasi menggunakan majas, persuasi menggunakan ceritera, persuasi menggunakan analogi, dan persuasi menggunakan sebab-akibat.

Penelitian berikutnya yaitu hasil penelitian Suryatin (2018) yang mengungkap bahwa wujud tindak tutur wacana persuasi larangan membuang sampah yang ada di kota Banjarbaru ada empat bentuk, yaitu (1) tuturan yang mengandung makna imperatif larangan, (2) tuturan yang mengandung makna imperatif perintah, (3) tuturan yang mengandung makna imperatif imbauan, dan (4) tuturan yang mengandung makna imperatif permintaan. Masing-masing tindak tutur imperatif pada wacana persuasi larangan membuang sampah memiliki maksud yang berbeda-beda.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti melakukan penelitian untuk mengungkap wujud, fungsi, dan efek wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar. Alasan yang mendasari dipilihnya Kota Makassar sebagai tempat penelitian, yakni dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah dipaparkan, belum ada yang mengkaji tentang wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar.

Penelitian ini mengkaji (1) wujud wacana pesuasif dalam imbauan publik di Kota Makassar, (2) fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar, (3) efek wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan rancangan deskriptif. Fokus dalam penelitian ini adalah wujud, fungsi, dan efek wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar. Data penelitian ini berupa data tulisan, yaitu kalimat- kalimat yang digunakan dalam imbauan publik di Kota Makassar. Data tersebut diperoleh dari wacana tulis yang memuat imbauan publik di Kota Makassar selama tahun 2020. Data tersebut dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, meliputi teknik baca dan teknik catat. Instrumen penelitian ini yakni kartu data dan kamera. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (2005) yang mencakup empat langkah kegiatan, yakni (a) pengumpulan data, (b) reduksi data, (c) penyajian data, dan (d) penyimpulan/ verifikasi.

Hasil

Berdasarkan fokus penelitian, wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar mendeskripsikan (1) wujud wacana persuasi dalam imbauan publik, (2) fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik, dan (3) efek wacana persuasi dalam imbauan publik.

Wujud Wacana Persuasi dalam Imbauan Publik di Kota Makassar

Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar diidentifikasi berdasarkan realisasi maksud imbauan menurut ciri strukturalnya. Dalam penelitian ini ditemukan wujud wacana persuasi berupa kalimat imperatif dan kalimat deklaratif.

1. Kalimat Imperatif

Wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar memuat lima jenis kalimat imperatif, yakni kalimat imperatif biasa, kalimat permintaan, kalimat imperatif ajakan, kalimat imperatif suruhan, dan kalimat imperatif larangan. Kelima jenis kalimat imperatif tersebut dipaparkan sebagai berikut.

a. Kalimat Imperatif Biasa

Kalimat imperatif biasa merupakan kalimat perintah yang cenderung pada penggunaan kalimat bernada keras dan bahkan kasar. Selain itu digunakan kata kerja dasar sebagai bentuk perintah. Salah satu data wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif permintaan seperti dipaparkan pada data berikut ini.

Data [01]

Tetap tenang tinggal di rumah

(7/4/2020)

Konteks:

Imbauan ini dipasang oleh Pemerintah Kota Makassar di Perumahan BTN Tabaria yang mengimbau kepada masyarakat untuk tetap tinggal di rumah demi menghindari penyebaran Covid-19.

Data [01] termasuk dalam kalimat imperatif biasa. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal berupa verba dasar tinggal. Imbauan tersebut dibuat oleh Pemerintah Kecamatan Tamalate, Kota Makassar untuk meminta kepada masyarakat agar tetap tenang dan lebih baik tinggal di rumah selama masa pandemi Covid-19. Imbauan ini dibuat pada awal bulan April ketika Kota Makassar masuk dalam zona merah penyebaran Covid-19.

b. Kalimat Imperatif Permintaan

Kalimat imperatif permintaan adalah kalimat imperatif yang kadar suruhannya sangat halus, yaitu sikap orang yang menyuruh lebih rendah dari perintah biasa.

Data [02]

Mohon tidak memasang apapun pada pohon di sepanjang jalur jalan ini

(5/4/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Makassar yang dipasang di Taman Maccini Sombala dengan maksud memohon kepada masyarakat agar tidak memasang apapun pada pohon di sepanjang jalan itu.

Data [02] termasuk kalimat imperatif permintaan. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal mohon yang berfungsi memperhalus kadar permintaan. Imbauan ini berisi permintaan pengelola Taman Maccini Sombala untuk tidak memasang spanduk, poster, ataupun baliho pada batang pohon karena dapat merusak keindahan taman.

c. Kalimat Imperatif Ajakan

Kalimat imperatif ajakan adalah kalimat perintah yang berfungsi mengajak orang lain untuk melakukan sesuatu. Kalimat imperatif ajakan biasanya ditandai dengan penanda leksikal, seperti ayo, biar, mari, serta coba. Data wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif ajakan dipaparkan berikut ini.

Data [03]

Mari! lindungi dirita', orang tuata'dan keluarganya' di kampung halaman
(19/5/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh pengelola Puskesmas Tamalate menjelang mudik lebaran.

Data [03] termasuk kalimat imperatif ajakan. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal mari. Partikel –ki digunakan dalam bahasa Indonesia dialek Makassar yang berfungsi memperhalus kadar ajakan. Partikel tersebut bermakna sama dengan partikel –lah dalam bahasa Indonesia. Imbauan ini bermaksud mengajak seluruh warga BTN Tabaria untuk melindungi diri dan keluarga dari virus Covid-19 dengan cara tidak mudik lebaran pada tahun 2020.

d. Kalimat Imperatif Suruhan

Kalimat imperatif suruhan adalah kalimat perintah yang berfungsi menyuruh orang lain untuk melakukan sesuatu. Kalimat imperatif suruhan biasanya ditandai dengan adanya penanda leksikal biar, coba, hendaklah, mohon, silakan, tolong, dan harap. Data wujud wacana persuasi dalam imbauan publik dipaparkan sebagai berikut.

Data [04]

Silahkan gunakan masker kain, sebab masker bedah dan N95 hanya diperuntukkan tenaga medis
(12/4/2020)

Konteks:

Imbauan ini disampaikan oleh pengelola Puskesmas Mangasa kepada seluruh pengunjung untuk menggunakan masker kain ketika memasuki wilayah puskesmas.

Data [04] termasuk kalimat imperatif suruhan. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal silakan yang berfungsi untuk mempersantun kadar suruhan. Imbauan ini dibuat oleh pengelola Puskesmas Mangasa dengan maksud menyuruh pengunjung agar menggunakan masker kain sebagai bentuk pencegahan virus Covid-19. Pengunjung tidak diperbolehkan memakai masker bedah ataupun masker N95 karena masker tersebut hanya diperuntukkan bagi tenaga medis.

e. Kalimat Imperatif Larangan

Kalimat imperatif larangan adalah kalimat yang digunakan untuk mencegah orang lain untuk tidak melakukan sesuatu. Kalimat ini biasanya ditandai dengan penanda leksikal jangan dan dilarang. Data wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif larangan dipaparkan berikut ini.

Data [05]

Demi mencegah penularan virus Corona (Covid-19). Dilarang masuk bagi yang bukan warga ORT 003/004 ORW.003 Kelurahan Mamajang Dalam (25/4/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh aparaturnya ORW 003 Kelurahan Mamajang Dalam. Imbauan ini berisi larangan bagi siapapun yang bukan warga ORT003/ 004, ORW 003 memasuki wilayah tersebut.

Data [05] termasuk kalimat imperatif larangan. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal dilarang. Penggunaan kata dilarang dalam kalimat itu berfungsi melarang pembaca melakukan sesuatu dari apa yang dimaksud dalam imbauan tersebut. Sebagai kalimat imperatif larangan, imbauan ini berisi larangan bagi yang bukan warga ORW 03, ORT 04 untuk tidak memasuki wilayah tersebut sebagai bentuk pencegahan penyebaran virus Covid-19 selama masa pembatasan sosial berskala besar di Kota Makassar.

2. Kalimat Deklaratif

Kalimat deklaratif merupakan kalimat yang mengandung maksud memberitahukan sesuatu kepada pembaca imbauan berupa suatu peristiwa atau kejadian.

a. Kalimat Deklaratif Aktif

Kalimat deklaratif aktif adalah kalimat yang subjeknya menjadi pelaku, sedangkan objeknya berperan sebagai sasaran atau hasil dari perbuatan pelaku. Kalimat deklaratif aktif biasanya ditandai dengan penggunaan kata kerja dasar, kata kerja berawalan ber- dan kata kerja berawalan me- yang mengisi fungsi predikat. Data wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat deklaratif aktif dipaparkan berikut ini.

Data [06]

Pengunjung dan karyawan toko wajib memakai masker dan menjaga jarak selama dalam area lift dan kawasan MTC (18/9/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh pengelola MTC Karebosi yang mengimbau kepada pengguna lift untuk memakai masker dan menjaga jarak.

Data [06] termasuk kalimat deklaratif aktif. Dalam kalimat ini terdapat dua klausa yang digabungkan menggunakan konjungsi dan sehingga terbentuk kalimat majemuk setara. Pada

klausa pertama, frasa pengunjung dan karyawan toko mengisi fungsi subjek dan berperan sebagai pelaku, sedangkan frasa masker mengisi fungsi objek dan berperan sebagai sasaran atau penderita akibat perbuatan pelaku dalam kalimat. Adapun verba transitif memakai mengisi fungsi predikat yang berperan sebagai perbuatan. Pada klausa kedua, fungsi subjek dihilangkan karena telah dituliskan di klausa pertama, sedangkan kata jarak mengisi fungsi objek yang berperan sebagai sasaran. Adapun verba transitif menjaga mengisi fungsi predikat dan berperan sebagai perbuatan. Kedua verba transitif yang mengisi fungsi predikat menjadi penanda bahwa kalimat ini termasuk dalam kalimat deklaratif aktif. Dalam imbauan ini, pengunjung MTC Karebosi diwajibkan memakai masker dan menjaga jarak ketika berada dalam lift.

b. Kalimat Deklaratif Pasif

Kalimat deklaratif pasif adalah kalimat yang subjeknya berperan sebagai penderita akibat perbuatan yang menjadi predikat kalimat. Biasanya predikat diawali dengan awalan di- pada predikat. Data tuturan wujud tindak ilokusi berupa kalimat deklaratif pasif dipaparkan sebagai berikut.

Data [07]

Antisipasi penyebaran corona virus disase (Covid-19) sarana olahraga karebosi ditutup untuk sementara waktu
(15/4/2020)

Konteks:

Imbauan ini disampaikan oleh Diaspora Makassar kepada seluruh pengguna lapangan karebosi untuk tidak menggunakan sarana olahraga sementara waktu terhitung sejak tanggal 14 April 2020.

Data [07] termasuk kalimat deklaratif pasif. Kalimat ini ditandai oleh penanda gramatikal diatesis negatif, subyek dalam kalimat itu sebagai penderita, dan predikatnya menggunakan verba diancam. Sebagai kalimat deklaratif pasif, imbauan ini disampaikan Pemerintah Kota Makassar untuk memberitahukan kepada masyarakat jenis hukuman yang akan diperoleh jika membuang sampah di sembarang tempat.

Fungsi Wacana Persuasi dalam Imbauan Publik di Kota Makassar

Fungsi wacana persuasi dalam sebuah imbauan biasanya berupa makna yang ingin disampaikan oleh pembuat imbauan kepada pembaca. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan lima fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik. Kelima jenis fungsi wacana persuasi tersebut dipaparkan berikut ini.

1. Fungsi Permintaan

Permintaan merupakan salah satu fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik yang bertujuan agar pembaca imbauan mau melakukan sesuatu dari apa yang diminta pembuat

imbauan. Data fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik berupa fungsi permintaan dipaparkan berikut ini.

Data [08]

Indonesia dikepung bencana

Saatnya bergerak bersama selamatkan bangsa

Salurkan kepedulian kita bantu saudara terdampak tanah longsor, banjir, dan gempa di penjuru negeri melalui: <http://makassar.indonesiadermawan.id/selamatkanbangsa>

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh organisasi sosial ACT Care Humanity dengan maksud meminta sumbangan kepada pembaca untuk membantu korban bencana alam.

Data [08] termasuk dalam fungsi permintaan. Hal ini ditandai dengan adanya bentuk penanda leksikal salurkan yang berfungsi meminta sesuatu. Imbauan ini dibuat oleh sebuah organisasi sosial atas dasar keprihatinan terhadap bencana alam yang terjadi akhir-akhir ini. Imbauan ini bermaksud meminta bantuan atau donasi untuk korban bencana alam khususnya korban gempa di Mamuju, banjir di Kalimantan, dan tanah longsor di Sumedang. Pembaca diminta menyalurkan bantuannya melalui laman <http://makassar.indonesiadermawan.id/selamatkanbangsa>.

2. Fungsi Larangan

Fungsi larangan merupakan imbauan yang digunakan untuk mencegah orang lain untuk tidak melakukan sesuatu. Data fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik berupa fungsi permintaan dipaparkan berikut ini.

Data [09]

Dilarang di sini buang sampah (anjing, babi, setan) terkutuk sekeluarga virus corona neraka tempat (26/1/2021)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh warga yang bermukim di Jalan Letjen Hertasning dengan maksud melarang bagi siapapun untuk membuang sampah di pertigaan jalan tersebut.

Data [10]

Ya Allah hanya orang kafir saja yang membuang sampah di sepanjang jalan ini (7/7/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh petugas kebersihan Kecamatan rappocini di Jalan Talasalapang yang berisi larangan buang sampah di tempat itu.

Data [09] termasuk imbauan yang berfungsi melarang. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal dilarang yang berfungsi untuk tidak melakukan sesuatu sesuai apa yang dimaksud dalam imbauan. Selain adanya penanda leksikal dilarang, ditemukan pula bentuk penegasan yang berupa kata makian yang menggunakan nama binatang, makhluk halus, dan sumpah serapah bagi orang yang tidak mengikuti imbauan itu. Pada data ini, orang yang

membuang sampah sembarangan disamakan dengan anjing ataupun babi yang melambangkan hewan yang menjijikkan. Sementara itu, penggunaan makian makhluk halus dan menyumpahi pembaca akan terkena virus mematikan yang ketika meninggal dunia akan masuk neraka juga digunakan sebagai bentuk penegasan imbauan larangan. Diharapkan dengan adanya makian dan sumpah serapah akan memberi rasa takut bagi pembaca yang melanggar imbauan tersebut.

Data [10] termasuk dalam fungsi melarang. Imbauan ini dibuat dengan teknik persuasi secara tidak langsung karena wujud kalimatnya tidak digunakan kalimat imperatif larangan. Imbauan ini berisi larangan membuang sampah pada sebidang tanah kosong yang terdapat di Jalan Talasalapang. Awalnya, tempat tersebut memang dijadikan sebagai tempat pembuangan sampah karena disediakan kontainer sampah oleh pemerintah setempat. Namun semenjak kontainer sampah ditiadakan, sampah akan dijemput oleh petugas kebersihan di rumah masing-masing. Meskipun demikian, masih ada saja masyarakat yang membuang sampah pada lokasi. Atas dasar inilah imbauan ini dibuat dan apabila masih ada warga yang nekat membuang sampah di tempat itu, maka akan dicap sebagai orang kafir. Diharapkan dengan adanya labelisasi kafir yang terdapat dalam imbauan, masyarakat akan takut dan tidak mau lagi melakukan hal tersebut.

3. Fungsi Perintah

Fungsi perintah mengandung maksud memerintah atau meminta pembaca melakukan sesuatu sebagaimana yang diharapkan pembuat imbauan. Data mengenai fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik berupa fungsi perintah dipaparkan berikut ini.

Data [11]

Berbahaya!!!

Hindari pemakaian handpone saat berkendara

(26/1/2021)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh Dinas Perhubungan Kota Makassar dengan maksud menyuruh pengguna kendaraan bermotor untuk tidak menggunakan telepon genggam saat berkendara.

Data [12]

Pandemi covid belum selesai. Wajib disiplin protokol kesehatan dengan. melakukan: jaga jarak, pakai masker, cuci tangan dengan sabun. Jadilah pahlawan untuk diri sendiri, keluarga dan orang lain

(5/12/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat Pemerintah Kota Makassar untuk memberitahu masyarakat agar wajib menerapkan protokol kesehatan demi mencegah penularan covid-19 yang kembali meningkat akhir-akhir ini.

Data [11] termasuk dalam fungsi memerintah. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal hindari. Imbauan ini bermaksud menyampaikan perintah kepada pengguna kendaraan bermotor untuk tidak menggunakan telepon genggam saat berkendara karena dapat

menyebabkan kecelakaan. Imbauan ini dibuat atas dasar banyaknya kecelakaan yang terjadi akibat kelalaian pengemudi, salah satunya sering menggunakan handphone saat berkendara. Adanya penggunaan kata berbahaya digunakan sebagai bentuk penegasan pada fungsi perintah.

Data [12] termasuk dalam fungsi memerintah. Dari wujud formalnya, imbauan ini tergolong dalam kalimat deklaratif pasif dengan penanda leksikal disiplin. Akan tetapi, jika ditinjau dari segi fungsinya, imbauan ini secara tidak langsung memiliki modus memerintah. Imbauan ini dibuat oleh Pemerintah Kota Makassar yang bekerja sama dengan beberapa organisasi sosial untuk menyuruh masyarakat tetap menerapkan protokol kesehatan. Imbauan dibuat dan dipasang di beberapa jalan protokol pada awal bulan Desember 2020 untuk menekan angka peningkatan penderita Covid-19 karena Kota Makassar kembali masuk dalam wilayah zona merah penyebaran Covid-19. Sebagai imbauan yang bermaksud memerintah, digunakan pula penanda leksikal wajib yang bertujuan mempertegas fungsi perintah agar pembaca mau melakukan apa yang diinginkan pembuat imbauan. Penggunaan kalimat, jadilah pahlawan untuk diri sendiri, keluarga, dan orang lain dimaksudkan pula agar pembaca mau mengikuti perintah dari pembuat imbauan.

4. Fungsi Peringatan

Fungsi peringatan bermaksud memperingatkan kepada pembaca terhadap suatu permasalahan, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Fungsi peringatan dalam imbauan publik bisa bersifat langsung atau tidak langsung. Peringatan langsung biasanya ditandai dengan penanda leksikal awas, waspadalah, berhati-hati, hindarilah, jangan terpancing, dan sebagainya. Sementara itu, peringatan yang bersifat tidak langsung biasanya berwujud kalimat deklaratif. Data mengenai fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik berupa fungsi peringatan dipaparkan sebagai berikut.

Data [13]

Perhatian!!! Hati-hati rawan pencurian perhatikan barang bawaan Anda (38-26/1/2021)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh pengelola musalla Mall Panakkukang yang memperingatkan agar jamaah tetap memperhatikan barang bawaan.

Data [14]

*Membuang sampah di sembarang tempat diancam kurungan paling lama 6 (enam) bulan atau denda sebanyak-sebanyaknya Rp. 5.000.000,- (peraturan daerah no. 14 tahun 1999)
(03-5/4/2020)*

Konteks:

Imbauan ini disampaikan oleh Pemerintah Kota Makassar kepada seluruh pengguna lapangan karebosi dengan maksud menyampaikan ancaman bagi yang membuang sampah di sembarang tempat.

Data [13] termasuk dalam fungsi peringatan. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal hati-hati. Imbauan ini bermaksud memberi peringatan kepada jamaah musallah Mall Panakkukang agar tetap berhati-hati dan selalu memerhatikan barang bawaan. Imbauan ini dibuat karena banyaknya kehilangan barang bawaan ataupun barang berharga jamaah musallah akibat kelalaian. Maka dari itu, dibuatlah imbauan ini agar jamaah lebih waspada menjaga barang bawaan dan berharga mereka.

Data [14] termasuk dalam fungsi peringatan yang bersifat tidak langsung. Hal ini ditandai dengan adanya penggunaan kalimat deklaratif pasif dengan maksud bukan hanya sekadar memberi informasi, melainkan memberi peringatan kepada pembaca terhadap suatu permasalahan. Imbauan ini dibuat oleh pengelola Lapangan Karebosi dengan tujuan memberi peringatan kepada pembaca untuk tidak membuang sampah di sembarang tempat. Apabila hal tersebut tidak dilakukan maka akan diancam hukuman penjara paling lama enam bulan atau denda sebanyak Rp5.000.000,00. Penggunaan ancaman hukuman berfungsi untuk mempertegas isi peringatan yang dimaksud dalam imbauan.

5. Fungsi Anjuran

Fungsi anjuran atau imbauan berfungsi mengajak masyarakat untuk mengikuti apa yang diinginkan pembuat imbauan. Imbauan ini hanya bersifat menganjurkan dan tidak mewajibkan, sehingga tanggapan masyarakat dapat berbeda, boleh mengiyakan boleh juga tidak.

Data [15]

Ikan hiu makan tomat, jangki lupa maskerta sobat
(29-11/12/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat Pemerintah Kota Makassar di Jalan Sultan Alauddin dengan tujuan memberi anjuran kepada masyarakat untuk menerapkan protokol kesehatan

Data [16]

Tabe..!!! Jalanan bukan tempat curhat
(37-26/1/2021)

Konteks:

Imbauan ini dibuat oleh Dinas Perhubungan Kota Makassar yang menganjurkan pengguna kendaraan untuk tidak berbicara selama berkendara.

Data [15] termasuk dalam fungsi menganjurkan. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal jangki yang bertujuan untuk menganjurkan sesuatu. Imbauan ini dibuat oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan yang menganjurkan kepada seluruh masyarakat, khususnya pengguna Jalan Sultan Alauddin untuk tetap memakai masker. Penggunaan pantun ikan hiu makan tomat dan ilustrasi gambar pemuda yang memakai masker membuat banyak pengguna jalan tertarik membaca imbauan itu.

Data [16] termasuk dalam fungsi menganjurkan. Hal ini ditandai dengan adanya penanda leksikal *tabe'* yang dalam bahasa bugis berfungsi memperhalus kadar anjuran ataupun permintaan terhadap sesuatu. Imbauan ini dibuat oleh Dinas Perhubungan Kota Makassar yang menganjurkan kepada pengendara untuk tidak berbincang dengan penumpang atau pengendara lainnya. Jika pengendara berbincang dapat menyebabkan kurang fokus saat mengemudi dan berpotensi menimbulkan kecelakaan lalu lintas.

Efek Wacana Persuasi dalam Imbauan Publik di Kota Makassar

Efek memiliki makna akibat atau pengaruh, kesan yang timbul pada pemikiran pembaca setelah membaca sesuatu. Efek atau daya pengaruh itu dapat ditimbulkan secara sengaja ataupun secara tidak sengaja oleh pembuat imbauan. Efek yang ditimbulkan itu akan berbeda antara pembaca yang satu dengan lainnya.

1. Efek Positif

Efek positif adalah efek atau dampak yang baik bagi pembaca. Efek atau daya pengaruh yang berdampak baik dapat menyebabkan pembaca merespon atau bereaksi positif. Data mengenai efek wacana persuasi dalam imbauan publik berupa efek positif dipaparkan berikut ini.

Data [17]

Membuang sampah di sembarang tempat diancam kurungan paling lama 6 (enam) bulan atau denda sebanyak-sebanyaknya Rp. 5.000.000, - (Peraturan Daerah No. 14 Tahun 1999)
(03-5/4/2020)

Konteks:

Imbauan ini disampaikan oleh Pemerintah Kota Makassar kepada seluruh pengguna lapangan karebosi dengan maksud menyampaikan peringatan bagi yang membuang sampah di sembarang tempat.

Data [18]

Swiss-Bellin panakkukang Makassar bukan hotel karantina/ isolasi covid- 19
(25-1/12/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat pengelola hotel Swiss-Bellin Panakkukan dengan tujuan memberitahu pengunjung bahwa hotel ini bukan tempat karantina penderita covid-19.

Data [17] tergolong dalam imbauan yang memiliki efek positif. Imbauan ini berisi ancaman hukuman bagi siapa saja yang membuang sampah di sembarang tempat. Adapun hukuman yang akan diperoleh sesuai Peraturan Daerah No. 14 Tahun 199 yakni kurungan paling lama enam tahun atau denda maksimal Rp5.000.000,00. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, efek yang ditimbulkan dari imbauan ini adalah pengguna lapangan Karebosi menjadi takut membuang sampah sembarangan. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, tidak ada lagi sampah yang berserakan di lokasi tersebut. Artinya, imbauan ini berhasil memberikan efek positif mendorong pembaca memotivasi diri untuk tidak melakukan sesuatu.

Data [18] termasuk dalam imbauan yang memiliki efek positif. Imbauan ini dibuat oleh pengelola hotel Swiss-Bell Panakkukang Makassar untuk menepis isu bahwa hotel ini digunakan sebagai tempat karantina penderita Covid-19. Atas dasar inilah pengelola berinisiatif membuat imbauan untuk menepis isu yang beredar. Efek yang ditimbulkan dari imbauan ini adalah pembaca imbauan sudah tidak khawatir dan berburuk sangka lagi terhadap hotel tersebut. Hal ini ditandai dengan peningkatan jumlah tamu hotel semenjak dipasangnya imbauan.

2. Efek Negatif

Efek negatif adalah efek atau dampak yang berakibat buruk atau tidak baik bagi pembaca. Efek ini menyebabkan pembaca merespon atau bereaksi negatif. Data mengenai efek wacana persuasi dalam imbauan publik dipaparkan berikut ini.

Data [19]

Kami warga ballaparang menolak rapid test covid-19 kalau ada yang mau masuk memeriksa pulang tinggal nama
(14-8/6/2020)

Konteks:

Imbauan ini disampaikan oleh warga Ballaparang yang menolak diadakannya rapid tes oleh Satuan Gugus Covid-19 Kota Makassar.

Data [20]

Mohon maaf perjalanan Anda terganggu
Operasi gabungan pajak kendaraan bermotor dan pengesahan STNK
(44-3/9/2020)

Konteks:

Imbauan ini dibuat dalam rangka operasi penertiban disiplin lalu lintas dan razia kendaraan bermotor di Jalan Sultan Alauddin, Makassar.

Data [19] termasuk dalam imbauan yang memiliki efek negatif. Imbauan ini berisi penolakan dan ancaman Ballaparang warga terhadap rencana Tim Percepatan Penangan Gugus Covid-19 yang ingin mengadakan rapid test secara massal di wilayah itu. Warga menolak diadakannya rapid test karena merebaknya isu bahwa rapid test yang diadakan pemerintah hasilnya membahayakan kesehatan dan mereka takut dikarantina jika divonis terkena Covid-19.

Selain bentuk penolakan, warga juga mengancam bagi siapa saja petugas yang nekat melakukan rapid test akan menghabiskan nyawa petugas tersebut. Efek negatif yang dihasilkan dari imbauan ini adalah akses jalan terblokir dan banyak warga, khususnya lansia menjadi panik jika rapid test benar-benar dilaksanakan.

Data [20] termasuk dalam imbauan yang memiliki efek negatif. Efek yang ditimbulkan adalah ketakutan pengguna kendaraan bermotor untuk melintas di seputaran jalan

dilakukannya razia. Akibatnya, banyak pengendara yang nekat memutar balik dan melawan arus demi menghindari razia tersebut. Adapun penyebab dari hal tersebut karena mereka tidak memiliki kelengkapan berkendara, seperti tidak memakai helm ataupun banyak kendaraan yang pajaknya belum dibayarkan.

Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian yang diuraikan dalam bab ini berdasarkan sistematika fokus penelitian, yakni (1) wujud wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar; (2) fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar; dan (3) efek wacana persuasi dalam imbauan publik di Kota Makassar. Pembahasan lebih lanjut dari masing-masing fokus penelitian tersebut dipaparkan sebagai berikut.

Wujud Wacana Persuasi dalam Imbauan Publik di Kota Makassar

Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik mendeskripsikan realisasi maksud tuturan berdasarkan ciri strukturalnya. Adapun wujud wacana persuasi yang ditemukan dalam penelitian ini berupa kalimat imperatif dan kalimat deklaratif. Kalimat imperatif digunakan sebagai teknik persuasi secara langsung, sedangkan kalimat deklaratif digunakan sebagai teknik persuasi secara tidak langsung. Hal ini sesuai dengan temuan Sukarno (2013:216).

1. Kalimat Imperatif

Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif biasa yang digunakan dalam imbauan bernada keras dan ditemukan penanda leksikal verba dasar tinggal. Hal ini sesuai dengan temuan Saleh (2016:565) dan Rahardi (2005: 78).

Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif permintaan merupakan kalimat perintah yang sangat halus yang ditandai penggunaan penanda leksikal yang berfungsi mempersantun tuturan. Dalam penelitian ini ditemukan penanda leksikal mohon. Temuan ini sesuai dengan pendapat Thamrin (2010: 97).

Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif ajakan yang bertujuan mengajak pembaca mau melakukan apa yang diinginkan oleh pembuat imbauan. Dalam penelitian ini ditemukan penanda leksikal mariki. Hal ini sesuai dengan temuan Anggraini (2005: 74) yang menyatakan bahwa kalimat imperatif ajakan adalah kalimat perintah yang didahului oleh kata-kata ajakan, seperti ayo dan mari.

Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif suruhan merupakan kalimat yang bertujuan menyuruh pembaca untuk melakukan suatu perbuatan atau tindakan sesuai dengan keinginan pembuat imbauan. Dalam penelitian ini ditemukan penanda leksikal silakan. Temuan ini sesuai dengan pendapat Rahardi (2005:82). Adapun menurut Sartini (2012:4) dalam temuannya menyatakan bahwa penambahan unsur-unsur

linguistik berupa kata penghalus diletakkan di sebelah kiri verba yang berfungsi sebagai dasar atau inti pada sebuah kalimat.

Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif larangan yang bertujuan untuk melarang pembaca melakukan perbuatan yang merugikan diri sendiri dan orang lain. Dalam penelitian ini ditemukan penanda leksikal dilarang. Temuan ini sesuai dengan pendapat Chaer (2010:172). Sementara itu, Suryatin (2019:208), penanda leksikal jangan atau dilarang biasanya ditempatkan di awal kalimat, sedangkan kata yang menempati fungsi subjek di dalam kalimat itu tidak ada ataupun dihilangkan.

2. Kalimat Deklaratif

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan wujud wacana persuasi berupa kalimat deklaratif aktif. Kalimat deklaratif aktif adalah kalimat yang subjeknya menjadi pelaku, sedangkan objeknya berperan sebagai sasaran atau hasil dari perbuatan pelaku. Kalimat deklaratif aktif yang ditemukan dalam penelitian ini menggunakan verba berwalan awalan me- yang mengisi fungsi predikat. Temuan ini sesuai dengan Keraf (2003:191).

Hasil penelitian selanjutnya ditemukan wujud wacana persuasi dalam imbauan berupa kalimat deklaratif pasif. Kalimat deklaratif pasif adalah kalimat yang subjeknya dikenai pekerjaan akibat predikat kalimat. Pada data (20) kata ditutup dan data (21) diancam yang berperan sebagai predikat dalam imbauan itu. Kedua data tersebut tergolong dalam kalimat deklaratif pasif karena adanya penggunaan awalan di- pada predikat. Temuan ini sesuai dengan pendapat Keraf (2003:191). Sementara itu, Silfia (2014:83) dalam temuannya mengemukakan bahwa kalimat pasif dibentuk dengan penggunaan kata kerja atau verba pasif, seperti awalan di-, pola intonasi akhir turun, serta peran objek kalimat inti menjadi subjek kalimat pasif.

Fungsi Wacana Persuasi dalam Imbauan Publik di Kota Makassar

1. Fungsi Permintaan

Fungsi wacana persuasi berupa permintaan bertujuan meminta pembaca untuk melakukan sesuatu dengan adanya penanda leksikal untuk memperhalus kadar permintaan penanda leksikal. Hal ini sesuai dengan pendapat Alwi (2010:353) yang menyatakan bahwa fungsi permintaan ditandai dengan hadirnya penanda kesantunan mohon, partikel –lah dan -kan juga lazim digunakan untuk memperhalus kadar permintaan.

2. Fungsi Larangan

Fungsi wacana persuasi berupa fungsi larangan dapat dilihat pada data [09] dan [10] Pada data [09] ditemukan penanda leksikal dilarang yang berfungsi untuk mencegah melakukan sesuatu. Hal ini sesuai dengan temuan Purnami (2018:77). Selain adanya penanda leksikal larangan pada data ini, ditemukan pula penggunaan kata makian dan sumpah serapah sebagai

bentuk penegasan. Penggunaan kata binatang sebagai bentuk makian mengindikasikan bahwa pembuat imbauan sudah sangat kesal terhadap permasalahan yang ada sehingga tidak ada lagi referensi yang tepat digunakan selain makian binatang. Tidak hanya itu, sumpah serapah berupa ancaman terkena virus mematikan dan akan masuk neraka juga menjadi referensi penegas dalam imbauan larangan. Hal ini sesuai dengan temuan Triadi (2017:24) yang menyatakan makian bahwa dipilih penutur bahasa Indonesia antara lain terdiri dari keadaan, benda, binatang, makhluk halus, bagian tubuh, kekerabatan, dan profesi. Referensi binatang memiliki efek yang paling besar disbanding dengan referensi yang lainnya..

Selain menggunakan penanda leksikal larangan, digunakan pula wujud kalimat lain untuk menyatakan fungsi larangan. Hal ini dapat dilihat pada data [10]. Pada data tersebut ditemukan penggunaan sanksi psikologi berupa pelabelan kafir dan permohonan kepada Tuhan untuk mencabut nyawa bagi pembaca yang melanggar imbauan tersebut. Temuan ini sesuai dengan temuan Rahmayanti (2015:30) yang menyatakan bahwa pesan yang terdapat pada fungsi ini harus ditaati dan dijalankan dan bila tidak diikuti akan kena sanksi hukum maupun psikologi.

Sehubungan dengan hal tersebut Pujianto (2013: 203) dalam temuannya mengemukakan bahwa fungsi larangan dalam imbauan publik bertujuan untuk menyarankan agar permasalahan yang sedang diekspos cukup sampai di sini dan jangan sampai menjalar ke mana-mana dan berkembang lebih luas dan banyak. Begitu parahnya permasalahan dan tidak segera selesai, maka munculah pesan bertema larangan melalui imbauan publik.

3. Fungsi Perintah

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik berupa fungsi perintah. Fungsi perintah mengandung maksud memerintah atau meminta pembaca melakukan sesuatu sebagaimana yang diharapkan pembuat imbauan. Hal ini dapat dilihat pada data [11]. Temuan ini sesuai dengan pendapat Rahardi (2005:77) dan Keraf (2003:206).

Selain penggunaan teknik persuasi secara langsung dengan penggunaan kalimat imperatif pada fungsi perintah, ditemukan pula teknik persuasi secara tidak langsung dengan penggunaan kalimat deklaratif. Hal ini dapat dilihat pada data [12]. Pada data ini ditemukan kalimat deklaratif aktif. Temuan ini sesuai dengan pendapat Sukarno (2013:2017) yang menyatakan bahwa teknik persuasi secara tidak langsung tidak berupa kalimat perintah (wujud imperatif), tetapi menggunakan kalimat yang bermoduskan nonimperatif, yakni modus deklaratif atau interogatif. Sementara itu, Wijana (2009:300) menyatakan bahwa kalimat yang bermoduskan nonimperatif, dalam hal ini kalimat deklaratif dalam sebuah wacana persuasi dapat ditafsirkan membawa pesan agar pembaca melakukan sesuatu. Dengan kata lain, kalimat ini menunjukkan wujud dan fungsi ujaran yang berbeda. Terkait dengan penafsiran makna Nadar (2006: 65) menyatakan bahwa kalimat perintah yang bermodus tidak langsung dapat ditafsirkan berbeda-beda bergantung pada konteksnya.

4. Fungsi Peringatan

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik berupa fungsi peringatan. Fungsi peringatan bermaksud memperingatkan kepada pembaca terhadap suatu permasalahan, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Fungsi peringatan dalam imbauan publik bisa bersifat langsung atau tidak langsung. Peringatan bersifat langsung ditemukan pada data [13] dengan adanya penanda leksikal hati-hati. Sementara itu, peringatan tidak langsung ditemukan pada data [14] digunakan wujud kalimat deklaratif pasif. Temuan ini sesuai dengan temuan Pujianto (2013: 214) yang menemukan bahwa peringatan tidak langsung diwujudkan melalui kalimat deklaratif yang berfungsi memperingatkan suatu permasalahan yang ada, baik yang sudah terjadi atau yang baru terjadi, dan akan terjadi di masyarakat. Target audiensi dalam imbauan ini adalah sebagian masyarakat yang pernah mengalami dan kepada masyarakat yang belum pernah mengalaminya.

5. Fungsi Permintaan

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan fungsi wacana persuasi dalam imbauan publik berupa fungsi anjuran. Fungsi bermaksud mengajak masyarakat untuk mengikuti apa yang diinginkan pembuat imbauan. Imbauan ini hanya bersifat menganjurkan dan tidak mewajibkan, sehingga tanggapan masyarakat dapat berbeda, boleh mengiyakan boleh juga tidak. Hal ini dapat dilihat pada data [15] dan [16]. Temuan ini sesuai dengan pendapat Rahmayanti (2015: 33) yang menyatakan bahwa fungsi anjuran dalam imbauan publik biasa menggunakan kata supaya, harap, agar, laksanakan, ikutilah, bantulah, pastikan, cegahlah, dan sebagainya. Imbauan ini berfungsi mengajak masyarakat untuk mengikutinya. Imbauan ini hanya bersifat menganjurkan dan tidak mewajibkan sehingga tanggapan masyarakat berarti tidak wajib mengikutinya, yang berarti fleksibel.

Penyampaian yang kurang tegas ini bertujuan untuk menghindari silang pendapat antara pengirim pesan, meskipun isi pesan dalam media ini sangat dibutuhkan agar masyarakat tidak salah melakukannya. Pendekatan dengan tema ini biasanya dibuat secara detail dan rinci, baik posisi gambar yang menerangkan suatu langkah aktifitas, runtunnya susunan kalimat sebagai penjelas gambar agar lebih objektif, maupun penempatan layout yang indah agar mudah dibaca dan dipahami.

Pada data [16] ditemukan adanya penggunaan gambar dua orang yang memakai masker dan penggunaan pantun berisi anjuran memakai masker. Penggunaan gambar yang menarik dan penempatan layout yang indah dan penggunaan pantun dimaksudkan agar pembaca mau mengikuti anjuran yang terdapat dalam imbauan tersebut. Temuan ini sesuai dengan pendapat Mushadah (2019: 125) yang menyatakan bahwa penggunaan ekspresi berupa gambar ditujukan agar imbauan terlihat lebih menarik dan menggambarkan apa yang dimaksud oleh imbauan itu. Tata letak elemen-elemen tersebut juga harus diatur sedemikian rupa, sehingga tidak meninggalkan kesan estetis.

Efek Wacana Persuasi dalam Imbauan Publik

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan efek wacana persuasi dalam imbauan publik berupa efek positif dan negatif. Hal ini sesuai dengan temuan Effendy (2009: 14) yang menyatakan bahwa efek wacana persuasi dapat berupa umpan balik positif dan negatif. Umpan balik positif adalah tanggapan atau respon pembaca yang menyenangkan pembuat wacana sehingga komunikasi berjalan dengan lancar. Umpan balik negatif adalah tanggapan atau respon pembaca yang tidak menyenangkan pembuat wacana.

1. Efek Positif

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan efek wacana persuasi dalam imbauan publik. Hal ini dapat dilihat pada data [17] dan [18]. Efek yang ditimbulkan dari data [17] mendorong pembaca memotivasi diri untuk tidak melakukan sesuatu yang negatif. Hal ini sesuai dengan temuan Wiguno (2017: 98—103) yang menyatakan bahwa efek beretika terjadi karena sifat persuasi imbauan memengaruhi emosi pembaca supaya termotivasi sikap baik dan berakhlak.

Sementara itu, efek positif yang ditimbulkan pada data [18] adalah pembaca imbauan merasa lega dan tidak khawatir lagi menginap di hotel tersebut, dan tentunya bagi pengelola hotel, imbauan ini memberi dampak positif terhadap peningkatan jumlah pengunjung. Temuan ini sesuai dengan temuan Wulandari (2015:6) yang menyatakan bahwa efek positif adalah efek atau dampak yang baik bagi pembaca dan pembuat imbauan. Sementara itu, efek positif pada data ini menurut Wiguno (2017: 98—103) disebut sebagai efek kepekaan. Efek ini muncul karena sifat persuasi yang memengaruhi emosi pembaca supaya lebih tanggap terhadap sebuah informasi.

2. Efek Negatif

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan efek wacana persuasi dalam imbauan publik. Hal ini dapat dilihat pada [19] dan [20]. Efek yang ditimbulkan pada data [19] adalah masyarakat merasa takut dan khawatir terkait adanya pelaksanaan rapid test secara massal di wilayah tersebut. Adanya imbauan ini juga menghambat pemerintah untuk menyosialisasikan cara penanganan virus Covid-19 di lingkungan tersebut. Temuan ini sesuai dengan pendapat Wulandari (2015: 7) yang menyatakan bahwa efek negatif dapat memunculkan perasaan khawatir pembaca terhadap suatu persoalan.

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa faktor yang menyebabkan munculnya efek negatif dalam imbauan publik, salah satunya kurangnya pengetahuan atau pemahaman masyarakat terhadap permasalahan yang dibahas dalam imbauan itu. Temuan ini sesuai dengan temuan Claria (2020: 9) yang menyatakan bahwa hal yang paling menghambat terlaksananya komunikasi adalah ketika seorang warga memiliki prasangka negatif terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini disebut sebagai mental block yang merupakan suatu kendala dalam metode komunikasi persuasi yang tidak dapat dipecahkan dalam waktu yang singkat.

Perlu adanya pemahaman yang dilakukan berulang-ulang untuk merubah prasangka negatif tersebut menjadi prasangka positif.

Kesimpulan

Berdasarkan paparan hasil penelitian dan pembahasan, berikut ini dikemukakan simpulan hasil penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah penelitian.

1. Wujud wacana persuasi yang ditemukan dalam imbauan publik di Kota Makassar berupa kalimat imperatif dan kalimat deklaratif. Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat imperatif yang ditemukan dalam penelitian ini ada lima, yaitu (a) kalimat imperatif biasa, (b) kalimat imperatif permintaan, (c) kalimat imperatif ajakan, (d) kalimat imperatif suruhan, dan (e) kalimat imperatif larangan. Wujud wacana persuasi dalam imbauan publik berupa kalimat deklaratif ada dua, yakni kalimat deklaratif aktif dan kalimat deklaratif pasif.
2. Fungsi wacana persuasi yang ditemukan dalam imbauan publik di Kota Makassar ada lima, yakni (a) fungsi permintaan, (b) fungsi larangan, (c) fungsi perintah, (d) fungsi peringatan, dan (e) fungsi anjuran.
3. Efek wacana persuasi yang ditemukan dalam imbauan publik di Kota Makassar ada dua, yakni efek positif berupa memengaruhi emosi pembaca supaya termotivasi sikap baik dan berakhlak dan efek negatif berupa memunculkan perasaan khawatir pembaca terhadap suatu persoalan atau memunculkan sikap mental block.

Atas dasar hasil penelitian ini, selanjutnya dikemukakan beberapa saran berikut.

1. Guru bahasa dan sastra Indonesia, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dalam pembelajaran keterampilan berbahasa, khususnya keterampilan menulis dan berbicara.
2. Pemerhati pendidikan bahasa Indonesia, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk pembelajaran bahasa di sekolah dan di perguruan tinggi.

Peneliti, disarankan untuk mengadakan penelitian terhadap wujud, fungsi, dan efek wacana persuasi pada ragam bahasa yang berbeda dengan penelitian ini dan konteks yang lain pula. Saran ini dikemukakan berkaitan dengan wujud, fungsi, dan efek disesuaikan dengan situasi tertentu.

Referensi

- Alwi, H., dkk. (2010). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Anggraini, B. (2005). Faktor- Faktor Penanda Kesantunan Tuturan Imperatif dalam Bahasa Jawa Dialek Surabaya. *Jurnal Humaniora*, 17(1), 67-77.
- Chaer, A. (2010). *Sintaksis Bahasa Indonesia (Pendekatan Proses)*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Claria, D. A. K., & Sariyani, N. K. (2020). Metode Komunikasi Persuasif untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Masyarakat di Desa Kesiman Kertalangu pada Masa Pandemi Covid-19. *Linguistic Community Service Journal*, 1(1). 1—10.
- Darma, A. Y. (2014). *Analisis Wacana Kritis dalam Multiperspektif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Effendy, O. U. (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Keraf, G. (2003). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Nusa Indah.
- Kwon, K. H., dkk. (2016). Social Media Rumors as Improvised Public Opinion: Semantic Network Analyses of Twitter Discourses During Korean Saber Rattling 2013. *Asian Journal Communication*, 26(3). Diakses pada <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01292986.2015.1130157>.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2005). *Qualitative Data Analysis (Terjemahan)*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mushadah, Z. S., & Triyono, S. (2019). Fenomena Hijrah di Indonesia: Konten Persuasif dalam Instagram. *Jurnal Retorika*, 12(2).117-127
- Nadar, F. X. (2006). Penolakan dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia (Kajian Pragmatik tentang Realisasi Strategi Kesopanan Berbahasa). Disertasi. Sekolah Pascasarjana UGM, Yogyakarta.
- Neubaum, G., & Kramer, N. C. (2016). Monitoring the Opinion of the Crowd: Psychological Mechanismes Underlying Public Opinion Perceptions on Social Media. *Media Psychology*, 20(3). Diakses pada <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2016.1211539>
- Pujianto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Purnami, W. H. (2018). Bahasa pada Papan Petunjuk Objek Wisata di Yogyakarta Berdasarkan Ranah Tempat. *Jurnal Kadera Bahasa*, 10(2), 69—78.
- Rahardi, K. (2005). *Pragmatik: kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmayanti, U. (2015). Analisis Wacana Iklan Layanan Masyarakat pada Harian Kompas Edisi Agustus 2015. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Rani, A. (2006). *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Saleh, M., & Baharman. (2016). Kesantunan Imperatif Buku Teks Bahasa Indonesia Sekolah Menengah Pertama Kelas VII. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia UNM*.
- Sari, W. A. (2014). Wacana Persuasi pada Buku Agar Anak Rajin Shalat Karya Subhan Husain Albari. Naskah Publikasi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sartini, N. W. (2012). Tipe-Tipe Kalimat Imperatif Bahasa Indonesia Ragam Lisan Formal dalam Ujian Terbuka. *Jurnal Linguistika*. 1—11.
- Silfia, R. M. (2014). Wacana Persuasi dalam Latar Belakang Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga. *Jurnal Scriptorium*,2(2), 76—85.
- Sukarno. (2013). Retorika Persuasi sebagai Upaya Memengaruhi Jamaah pada Teks Khotbah Jumat. *Jurnal Humaniora*, 25(2) 215—227.
- Suryatin, E. (2018). Tindak Tutur Imperatif dalam Wacana Persuasif ‘Larangan Membuang Sampah’ di Kota Banjarbaru. *Mlangun Jurnal Ilmiah: Kebahasaan & Kesastraan*, 15, 61—72.

- Suryatin, E. (2019). Jenis, Bentuk, dan Makna Kalimat Perintah dalam Kisah 'Satipis Apam Barabai' Karya Ida Komalasari. *Jurnal Undas*, 5(2), 199—210.
- Triadi, R. B. (2017). Penggunaan Makian Bahasa Indonesia pada Media Sosial (Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Sasindo Unpam*, 5(2), 1—26.
- Utari, Y. P. (2012). Analisis Wacana Persuasi Pada Artikel Islami Di Majalah Hadila Edisi Agustus s.d. Desember 2011. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wardani, M. M. S. (2016). Bahasa Indonesia dalam Wacana Persuasif Imbauan Publik. *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia*. 564—568.
- Wiguno, P. S. (2017). Efek Persuasi Peribahasa serta Implementasi Pembelajarannya di SMA. *Jurnal Transformatika*, 1(1), 90—105.
- Wijana, I. D. P., & Rohmadi. (2009). *Analisis Wacana Pragmatik, Kajian Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Wulandari. (2015). Tuturan Direktif dalam Wacana Motivasi Darwis Tere Liye di Media Sosial Facebook dan Kemungkinan Efek yang Ditimbulkannya. *Jurnal Sastra Indonesia*, 4(1), 1—12.