Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya

Volume 6 – Nomor 2, Oktober 2023

Available online at: http://sasando.upstegal.ac.id

KALIMAT PERSUASI DALAM CAPTION AKUN INSTAGRAM @LITHACIL9 DAN IMPLIKASI TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP

Nadya Novitasari[1)*], Syamsul Anwar[2)], Afsun Aulia Nirmala[3)].

Program Studi Ilmu Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Pancasakti Tegal. Jalan HalmaheraKm. 1, Kota Tegal, Jawa Tengah, 53121 Indonesia.

E-mail: nadyanovitasari0@gmail.com, Telp: +62895343116353.

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya kalimat persuasi dalam *caption* akun instagram @lithacil9 dan implikasinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif informal, dengan melewati beberapa tahapan seperti (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan, (3) tahapan pengumpulan data, (4) tahapan analisis data, dan (5) tahapan penyajian data. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik simak dan teknik catat. Hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan adanya kalimat persuasi pada *caption* akun instagram @lithacil9. Untuk mengetahui wujud kalimat persuasi dalam *caption* akun instagram @lithacil9, penulis menggunakan teknik reduksi. Peneliti menemukan terdapat 46 wujud kalimat persuasi dalam *caption* akun instagram @lithacil9. Hasil penelitian ini dapat diimplikasikan dalam pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII pada kompetensi dasar 3.3 dan 3.4 yaitu mengidentifikasi dan menyimpulkan isi teks iklan, slogan atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.

Kata Kunci : Kalimat, Persuasi, Instagram, Implikasi Pembelajaran.

Abstract

The purpose of this study was to determine the existence of persuasion sentences in the caption of the @lithacil9 Instagram account and their implications for Indonesian learning in junior high school. This research uses a qualitative approach. The method used is an informal descriptive method that passes several stages, such as (1) the preparation stage, (2) the implementation stage, (3) the data collection stage, (4) the data analysis stage, and (5) the data presentation stage. The data collection for this study used listening and recording techniques. The results of the research that the author conducted showed the existence of persuasion sentences in the caption of @lithacil9 Instagram account. To find out the form of persuasion sentences in the caption of the @lithacil9 Instagram account, the author uses reduction techniques. Researchers found that there were 46 forms of persuasion sentences in the caption of the @lithacil9 Instagram account. The results of this study can be implied in learning Indonesian grade VIII on basic competencies 3.3 and 3.4, namely identifying and inferring the content of advertising texts, slogans, or posters (which make you proud and motivating) from various sources that are read and heard.

Keywords : *Sentence, Persuasive, Instagram, Learning Implications.*

1. PENDAHULUAN

Bahasa mempunyai peran sebagai alat komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini tidak dapat terlepas dari keharusan manusia untuk berinteraksi dengan orang lain. Seseorang mengutarakan pendapat dan pandagannya menggunakan bahasa yang saling dimengerti dalam sebuah interaksi. Hermaji (2021:31) mengemukakan bahwa bahasa adalah alat komunikasi yang digunakan untuk bekerja sama, berinteraksi, dan sebagai sarana untuk mengungkapkan gagasan atau perasaan kepada orang lain. Bahasa adalah sebuah alat komunikasi yang digunakan oleh sesama manusia dalam kegiatan interaksi melalui pertukaran simbol–simbol bahasa (Amri dalam Harana 2018 : 1). Pernyataan tersebut juga di dukung oleh pernyataan yang di kemukaan oleh Kridalaksana (1993 : 21) Bahasa adalah sistem lambang berupa bunyi yang bersifat sewenang –wenang yang digunakan oleh anggota masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri. Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang dipergunakan oleh masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikkasikan diri.

Kalimat adalah bagian ujaran yang memiliki struktur subjek, predikat, dan intonasinya menunjukkan bagian ujaran yang lengkap. Kalimat adalah satuan yang digunakan dalam bahasa, maka dari itu ada yang mengkaitkan peranan kalimat itu sebagai alat interaksi dan kelengkapan pesan yang isinya akan disampaikan. Keraf (2005:118) mengatakan bahwa kalimat persuasi adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk seseorang agar melakukan sesuatu yang menyakini pembicara, dihendaki pada waktu ini atau waktu yang akan datang. Menurut Irmansyah (dalam Anwar dan Khotimah 2021:260) kalimat merupakan sebuah bagian ujaran ataupun tulisan yang memiliki struktur paling tidak subjek dan predikat serta intonasi final. Hal itu menunjukkan bahwa sebuah ujaran atau tulisan sudah lengkap dengan makna.

Kalimat persuasi juga mempunyai sifat tertentu seperti

memberikan saran, memberikan masukkan, mengajak, memberi anjuran, memberi perintah, dan menegaskan. Djoenaesih dan Sunarjo (1983 : 31) bahwa persuasi berarti sebuah rayuan atau sebuah bujukan yang memiliki tujuan mendorong pendengar atau pembaca agar mengubah perilaku, keyakinan, dan sikapnya. Kalimat persuasi memiliki tujuan untuk membujuk seseorang tertarik terhadap apa yang disampaikan, bisa melalui media massa, atau lainnya (Murtiningsih 2013:25). Kalimat persuasi adalah jenis kalimat yang digunakan untuk mengajak seseorang melakukan sesuatu. Kalimat persuasi umumnya berisi ajakan, himbauan, serta permintaan terhadap sesuatu atau kepada seseorang.

Adapun ciri dari kalimat persuasi yang di kemukakan oleh Shofiana dan Umam (2022:59), mereka berpendapat bahwa ciri utama kalimat persuasi berisi kalimat ajakan. Beberapa ciri kalimat persuasi sebagai berikut.1)Kalimat persuasi bersifat ajakan. 2)Kalimat persuasi menggunakan tanda seru. 3)Kalimat persuasi biasa digunakan dalam bahasa iklan, slogan, imbauan, dan lainnya. 4)Kalimat persuasi seringkali menggunakan kata – kata seperti ayo, marilah, dan lain sebagainya. Ciri kalimat persuasi menurut Tebelessy (2019 : 44), bisa dikatakan sebagai kalimat persuasi jika kalimat itu bersifat ajakan dan berusaha mempengaruhi pembacanya untuk melaksanakan apa yang diharapkan oleh penulis. Agar pembaca melaksanakan apa yang dituliskan oleh penulis, kalimat tersebut harus disertai oleh fakta yang dapat mendukung tulisannya dan kalimat tersebut tidak menimbulkan konflik.

Isi pesan terbangun oleh dua kata, yaitu isi dan pesan. Pada kata tersebut memiliki artinya masing – masing. Arti, “isi” menurut KBBI adalah sesuatu yang terkadung di dalam suatu benda dan sebagainya. Sedangkan arti dari kata “pesan” adalah perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain. Menurut Cahyono (2016:142) media sosial merupakan sebuah media *online*, di mana para penggunanya bisa berpartisipasi,

berbagi, dan menciptakan isi suatu blog, dunia virtual, dan jejaring sosial dengan mudah.

Kalimat persuasi yang akan diteliti berupa *caption* sosial media instagram yang dilihat dari tulisannya. Menurut Atmoko (2012 : 3) instagram adalah sebuah layanan jejaring sosial berbasis fotografi yang dapat memberi inspirasi untuk penggunanya dan juga bisa meningkatkan kreativitas, karena instagram memiliki fitur yang bisa membuat foto lebih indah. Fahmi (2019 : 3) mengemukakan bahwa instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan para pengguna mengambil foto dan video. Hal itu dilakukan bebarengan dengan menerapkan *filter* digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk instagram itu sendiri.

Berdasarkan paparan di atas adapun urgensi dalam penelitian ini adalah karena masih banyak orang yang menganggap sosial media hanya sebagai hiburan tanpa adanya manfaat, dengan adanya penelitian ini saya harapkan masyarakat bisa memandang sosial media lebih bijaksana karena terdapat banyak manfaat dan dapat mengetahui berbagai macam kalimat yang sering dijumpai terutama kalimat persuasi. Pada penelitian ini akan memecahkan dua permasalahan yaitu 1) Bagaimana wujud kalimat persuasi pada *caption* instagram @lithacil9. 2) Bagaimana implikasi hasil penelitian wujud kalimat persuasi terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama (SMP). Dari permasalahan tersebut peneliti merumuskan dua tujuan dalam penelitian ini yaitu 1) Untuk mendeskripsikan wujud kalimat persuasi yang ada dalam *caption* akun instagram @lithacil9. 2)Untuk mendeskripsikan implikasi hasil wujud kalimat persuasi terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama (SMP).

Penelitian ini dapat diimplikasikan pada pembelajaran bahasa Indonesia di SMP kelas VIII dalam materi teks iklan berdasarkan kompetensi dasar (KD) yang sesuai dengan kurikulum 2013 edisi revisi

2021. Materi teks iklan dimuat pada beberapa kompetemsi dasar (KD). Penelitian ini dapat diimplikasikan pada KD 3.3 dan KD 4.3. KD 3.3 yaitu mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar. Dan KD 4.3 yaitu menyimpulkan isi teks iklan, slogan atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.

2. METODE

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Adapun prosedur penelitian yang digunakan dimulai dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap pengumpulan data, tahap analisis data, hingga tahap penyajian data. Sumber data penelitian ini adalah *caption* pada sosial media instagram dengan *username* @lithacil9. Wujud datanya berupa kalimat yang mengandung kalimat persuasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik simak dan teknik sadap. Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik reduksi. Sedangkan, penyajian data penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif informal.

3. HASIL PEMBAHASAN

Penulis akan memaparkan deskripsi data dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai kalimat persuasi pada *caption* akun sosial media instagram @lithacil9 dan implikasinya terhadap pembelajaran bahasa Indonesia di SMP. Analisis ini berdasarkan pada wujud kalimat persuasi yang terdapat pada *caption* unggahan akun sosial media instagram @lithacil9.

Data 1

Hi, *I ready support #savechildrens, How about you*? Hari ini acara anak internasional yang didukung dari @caprisinger duta anak termuda umur 11 tahun yang telah menggalang dana untuk kami @desaanaksos dan juga seluruh anak di 80 negara. *Thanks for* @caprisinger and @teukuzacky yang turut menyukseskan acara hari ini. ***Lets guys support us to #stop*kekerasanpadaanak**.

Data di atas adalah *caption* instagram pada unggahan tanggal 3 April 2016. *Caption* tersebut ditulis untuk menjelaskan postingannya di

hari anak internasional dan sebagai wujud dukungan penulis untuk menghentikan kekerasan pada anak. Wujud kalimat persuasi pada data di atas tertulis dalam bahasa Inggris dan terletak dibagian akhir *caption* yang ditandai oleh "*lets guys support us to* #stopkekerasanpadaanak" dalam bahasa Indonesia itu berarti "ayo teman-teman dukung kami #stopkekerasanpadaanak". Kalimat tersebut termasuk wujud kalimat persuasi karena berisi ajakan pada pembaca untuk ikut mendukung menghentikan kekerasan pada anak. Terlihat pada postingan tersebut Litha sebagai pemilik akun sedang mengikuti acara untuk memperingati hari anak internasional dan foto bersama dengan anak-anak yang merupakan peserta kegiatan tersebut. Kegiatan ini juga dimeriahkan oleh *publik figure* @teukuzakky, ia juga ikut bersua foto dengan Litha dan anak lainnya.

Data 2

Ada sedikit cerita dari balik foto ini, senyum sumringah saya dekat dengan bocah umur 3 th bernama Alan ini, dia anak paling kecil, pas saya dateng dia nyambut dan terus duduk dipangkuan saya, dan dia main *game* di hape saya, abis itu kita belajar gambar. Alan seneng bgtt gitu deh, pokoknya Alan *moodboaster* bgt di hari itu.
Mereka hidup dengan ketidak beruntungan namun di atas keberuntungan karena mereka disana terlindungi dan diberi kasih sayang juga pendidikan yang baik. Bahagia bagi mereka adalah ketika mereka berbagi dan tertawa bukan saya gurunya disini, namun mereka mengajarkan saya untuk tetap bersyukur seperti mereka, dengan keterbatasan biaya mereka tetap tersenyum dan semangat belajar untuk sebuah cita-cita. *Because all childrens to thunk of the future. But not all childrens can make it happen.* ***Lets join with us to make their dream come true!***

Data di atas adalah *caption* postingan instagram pada unggahan tanggal 9 april 2016. Pada foto postingan tersebut adalah foto Litha pribadi yang sedang diwawancarai oleh stasiun televisi *channel* metrotv. Pada foto tersebut ia sedang bersama seorang anak laki-laki bernama Alan yang usia 3 tahun, seperti yang tertulis pada *caption* postingannya. Alan adalah anak paling kecil di

tempat Litha menjadi relawan saat itu. Wujud kalimat persuasi pada data di atas tertulis dalam bahasa Inggris dan terletak dibagian akhir *caption* yang ditandai oleh " *Lets join with us to make their dream come true!*" dan dalam bahasa Indonesia itu berarti "mari bergabung dengan kami untuk mewujudkan impian mereka". Kalimat tersebut termasuk kalimat persuasi karena isinya tentang sebuah ajakan untuk kita ikut bergabung dalam sebuah wadah yang disediakan oleh penulis *caption* guna membantu mewujudkan impian anak-anak yang tinggal di pelosok Indonesia. Sebuah wadah untuk membantu mewujudkan mimpi yang diberi tahu oleh pemilik akun adalah sebuah perkumpulan anak muda yang senantiasa mengabdikan dirinya pada sebuah misi tertentu, dengan tenggat waktu yang telah ditentukan juga. Alasan mengapa waktunya ditentukan, karena akan ada pengabdian selanjutnya yang dilakukan oleh orang berbeda setiap periodenya. Walau begitu kita masih tetap bisa membatu memberi motivasi kepada anak-anak untuk mewujudkan impiannya. Informasi terkait relawan dapat kita ketahui melalui akun sosial media instagram @indorelawan dan @untuknegeri.id. Kedua akun sosial media instagram tersebut ditulis pada *caption* postingan tersebut.

Data 3

Selamat hari pendidikan! Hidup ada dua pilihan, menjadi pemeran utama atau pemain belakang. ***Lets streaming***
http://m.portalkr.com
@indorelawan @marittacr

Data di atas adalah *caption* instagram unggahan tanggal 2 Mei 2016. Wujud kalimat persuasi pada data di atas tertulis dalam bahasa Inggris dan terletak dibagian akhir *caption* sebelum menandai akun sosial media instagram lainnya. Wujud kalimat persuasinya ditandai oleh *"lets streaming"*. Wujud kalimat tersebut dalam bahasa Indonesia berarti "ayo menonton". Kalimat tersebut termasuk kalimat persuasi, karena

kalimat tersebut mengajak para pembaca untuk menonton siaran langsung pada link yang tertera dalam *caption*. Link tersebut berisi siaran radio tepatnya pada KBRG8H stasiun radio, terlihat dari foto yang diposting bersamaan dengan *caption* di atas. Pada postingan tersebut terlihat Litha sedang diwawancarai mengeni kehidupannya sebagai seorang mahasiswi dan seorang pembisnis muda yang sedang merintis usahanya di bidang media edukasi *pop up kit*. *Pop Up Kit* adalah sebuah media edukasi berbasis teknologi, manfaat dari *pop up kit* adalah untuk menyeimbangkan antara teknologi dan pendidikan pada anak.

Data 4

The best thing I've done rhis monts, I can be winner herborist's video competition and I had a chance to have holiday in Bali and also had intimate dinner with Prilly. And we're sharing all about business and planning project for the creativity and education for children in Indonesia. ***Can't wait for ir!Lets it!***
Dres kita udah Indonesia banget, merah putih gitu yah aha @prillylatuconsina96.

Data di atas adalah *caption* pada unggahan tanggal 12 April 2019. Wujud kalimat persuasi dalam *caption* tersebut tertulis dalam bahasa Inggris "*Can't wait for ir!Lets it*!" yang berarti "Tidak sabar untuk itu! Ayo!". Isi *caption* itu tentang kebahagiaan penulis setelah menjadi pemenang kompetisi yang diselenggarakan oleh herborist, yang mendapatkan hadiah pergi ke Bali. Pemilik akun tidak sabar untuk mendapatkan hadiah tersebut dan diikuti oleh kata "ayo!" yang menggambarkan semangat pemilik akun untuk mendapatkan hadiah tersebut. Hadiahnya bukan sekedar pergi ke Bali saja tapi ia dapat melakukan makan malam dengan aktris Indonesia yaitu Prilly Latuconsina. Pada kesempatan tersebut penulis mendapatkan banyak kesempatan untuk berbicara dengan Prilly. Salah satu yang ia lakukan adalah berdiskusi bersama Prilly dan membahas tentang sebuah proyek perencanaan kreativitas dan pendidikan anak-anak yang ada di Indonesia, ia pun mengenalkan

media yang dapat digunakan untuk menjalankan proyek tersebut yaitu *pop up kit* yang dibuat oleh @bocil_inc.

Data 5

Sulitnya Lapangan pekerjaan, Bisa Jadi Karena Anak Muda Terdampak Bonus Demografi
Sulitnya mencari lapangan kerja, permasalahan yang menyambut bonus demografi bagi kita saat ini. Permasalahan selanjutnya adalah apa yang kita pelajari saat kita sekolah adalah hal yang jarang dibutuhkan didalam lapangan pekerjaan.
Terlebih, memasuki era digital 4.0, setiap manusia akan berhadapan dengan mesin sebagai "kompetitornya" dalam menguasai lapangan kerja.
Makanya di era ini anak muda seperti kita dituntut untuk Adaptif. Karena yang bertahan bukan yang paling Pintar, Kuat dan Gelar tertinggi, tapi yang bisa beradaptasi. Info Lengkapnya Geser Kesamping untuk mengetahui Lebih dalam Bonus Demografi.
***So* Anak Muda, Ayo bermimpi, bergerak dan berkolaborasi untuk**
#KejarMimpi Indonesia Emas

Data di atas adalah *caption* unggahan pada tanggal 22 Agustus 2020. Wujud kalimat persuasi dalam *caption* di atas terletak dibagian akhir *caption*, yang ditandai oleh "*So* Anak Muda, Ayo bermimpi, bergerak dan berkolaborasi untuk #Kejar Mimpi Indonesia Emas". Kalimat termasuk kalimat persuasi karena bertujuan mengajak para anak muda Indonesia untuk bermimpi. Kalimat tersebut juga menjelaskan bahwa para anak muda Indonesia harus bergerak dengan cara berkolaborasi untuk mengejar impian atau melakukan suatu pekerjaan, karena di era 4.0 dan akibat bonus demograsi akan ada kesulitan untuk mencari pekerjaan. Bonus demografi adalah kondisi dimana populasi masyarakat didominasi oleh individu-individu dengan usia produktif. Oleh karena itu, kepintaran saja tidak cukup, kepintaran juga harus didukung dengan keahlian lainnya seperti mudah adaptasi, konsisten, komunikatif dan lainnya. Adaptasi adalah sebuah sikap menyesuaikan terhadap kondisi di lingkungan yang baru. Konsisten adalah suatu prilaku yang selaras, antara ucapan dan juga tindakan yang dilakukan. Sedangkan komunikatif ini berarti

dapat berbicara dengan baik dan ucapannya mudah dipahami oleh orang lain.

Data 6

Kejar Masa Depan Ga Berarti Lupa dengan Masa Kini**. Yuk Bisa Yuk!**

Data di atas adalah *caption* unggahan pada tanggal 5 April 2021. Wujud kalimat persuasi pada *caption* tersebut ditandai oleh "Yuk Bisa Yuk!". Kalimat tersebut termasuk kalimat persuasi karena bertujuan mengajak para pembaca untuk tetap bisa menyeimbangkan kehidupan. Kehidupan untuk mengejar masa depan dan masa kini yang kita jalani. Maksud pemilik akun menulis ini juga bermaksud mengingatkan kita agar tidak lupa dengan kehidupan di masa kini yang sedang kita jalani. Kita memang harus mengejar masa depan kita, tapi kita juga tidak boleh lupa dan mengabaikan masa yang sedang kita jalani.

Data 7

Bingung mau ngapain sembari menunggu azan magrib? Mending ikutan

***LIVE* Ngabuburit Bareng @sahabatmarina yuk!** Catat tanggal dan waktunya yaa
- *Crafting Pop Up Your Dream with* @lithacil9
Selasa, 12 April 2022 (15:00 - 16:00 WIB)
Kamu bisa *download* jurnal dan materi *craftingnya* di bagian *highlight* IG @sahabatmarina ya!
-*Makeup Tutorial Raya Look with* @windassintya Selasa, 26 April 2022 (15:00 - 16:00 WIB)
Dapatkan Promo Spesial hanya selama *live* berlangsung dan juga kesempatan untuk memenangkan *Hampers* Marina Senilai Rp 100.000 untuk 3 orang yang beruntung. *So, don't miss it girls!#GlowinPurity* #NgabuburitBarengMarina

Data di atas adalah *caption* unggahan pada tanggal 9 April 2022. Wujud kalimat persuasi dalam *caption* di atas terletak pada kaimat kedua, yang ditandai oleh "*LIVE* Ngabuburit Bareng @sahabatmarina yuk!". Kalimat tersebut termasuk kalimat persuasi, karena pemilik akun mengajak para pembaca untuk ngabuburit dengan nonton *live* bersama sahabat Marina. Hal itu dilakukan karena pemilik akun adalah putri marina pada tahun 2020, ia menjadi pemenang dalam

ajang kompetisi yang dilaksanakan oleh Marina dan membuat ia dijuluki Putri Marina pada tahun itu. Dalam *live* tersebut akan membahas *crafting pop up your dream* yang akan disampaikan oleh @lithacil 9 dan *makeup tutorial raya look* yang akan disampaikan oleh @windassintya. Jadi, para pembaca bisa ngabuburit sambil dapet ilmu baru. Kegiatan itu dilakukan hari Selasa pada tanggal 12 April 2020 dan 26 April 2020, di akun sosial media instagram milik mereka bersama @sahabatmarina.

Data 8

Jadi Pejuang *Online Shop* itu untuk membangun *Trust* ke *Customers* adalah Menjadikan Kegiatan kita terkemas dalam sajian konten yang bisa dinikmati secara *Online.* Jadi ketika jualan *Online* ada yang nyinyir bilang ah konten jualan mulu sih, gausah dengerin ya! karena orang yang dengan enteng bicara seperti itu karena mereka gatau betapa besarnya impact dari sebuah konten Lebih sulit menjelaskan orang yang gatau ketimbang orang yang memang paham ilmunya. **Yuk para pejuang *Online* tetap semangat yah.** #Pejuang*Online #onlineshop*

Data di atas adalah *caption* unggahan pada tanggal 11 Juli 2022. Wujud kalimat persuasi dalam *caption* di atas terletak di bagian akhir sebelum penulisan *hastag,* yang ditandai oleh "Yuk para pejuang *Online* tetap semangat yah.". Kalimat tersebut termasuk kalimat persuasi karena isinya bertujuan mengajak para pejuang *online shop* untuk terus semangat dan tidak mendengarkan cibiran orang, karena orang-orang yang mencibir tidak mengetahui apa manfaat dari konten yang kita buat. Karena dari konten yang kita buat, kita mendapatkan *impact* yang besar. Konten yang kita buat juga dapat menjadi penghasilan bagi para pejuang *online shop*.

Data 9

Jadi ceritanya tuh aku persiapan pameran IKEA buat bulan depan, tbtb di majuin, eh tbtb lagi riweh2 siapin pameran masuk Undangan dari@disparbudjabar@jabarkan_ekraf lagi buat Pameran di Gd Sate Kelakuan @yayangmutiara. nihhh dan @temanbocil @bocil_inc gabisa nemenin, eh *my family* pen *refresing* ke Bandung. yaudah cus dengan persiapan yang super kebuttttt!!!!Tapiseruwwwww!!!!!

Akhirnya teman bocil edisi jejak kreativitas Jawa Barat & edisi harta karun Magelang + 16 seri cita2 masuk dalam tahap *next step* lagi udah masuk dalam test pasar kecil-kecilan menuju tes pasar menegah, Seneng bangetttttttt sama respon orang-orang yang dateng ke *boothhhhh!!!!!* Hwa ga nyangka si sambutannya diluar *ekspetasi* aku!!!!!!!
Semoga teman bocil bisa terus berkarya dan dicintai seluruh anak Indonesia *Happy* banget si hari ini ada Pak Yudi dari @kemdikbud. ri @kemah, budaya yang mewakilkan pak Nadiem Makarim, jujur kaget banget yang wakilin pak Yudi karena bbrp kali ketemu + di Magelang kmrn ketemu Pak Yudi, seneng banget tbtb pak Yudi ngomong yuk kita foto kabarin temen2 @iakbkm @kemah, budaya hahahah super ganyangka POL!!! + ga nyangka juga sama @ridwankamil yang mampir ke *Booth* bocil buat ngasi *support!*
Makasi juga sama team2 bocil dibalik layar yang direpotin keriweuhannya ya @syauqiyaaina @aryorioc@luthfanhanif @nadyabwefar@kharn_@peggyra hmi@aldo_jh Maciw juga buat @_mutiam @nadyanvi @iiqbalnurr, kayaknya *project* 1 bulan di Magelang kmrn kita Positif lanjut nih, **yuk terus optimis ya bestie2 aku walau kita terbatas dr jarak, ruang dan waktu jangan menghalangi ahay!**

Data di atas adalah *caption* unggahan pada tanggal 15 Oktober 2022. Penulisan awal *caption* di atas dimulai dengan cerita tentang persiapan pemilik akun untuk megikuti pameran di ikea guna memperkenalkan produk miliknya yaitu *pop up kit* dengan beragam tema, dalam *caption* itu juga pemilik akun mengucapkan terima kasih pada beberapa orang yang telah membantunya sampai di titik ini. *Caption* tersebut di tutup dengan kalimat persuasi. Wujud kalimat persuasi pada *caption* di atas yang ditandai oleh "yuk terus optimis ya bestie2 aku walau kita terbatas dr jarak, ruang dan waktu jangan menghalangi ahay!". Kalimat tersebut termasuk karena bertujuan mengajak kepada seluruh tim @bocil_inc untuk optimis tentang perkembangan produk *pop up kit* yang sudah dikerjakan selama satu bulan di Magelang, karena produk tersebut ternyata sekarang bisa di pamerkan di Ikea Bandung. Selain itu, pameran tersebut dihadiri oleh gubernur Jawa Barat yaitu Bapak Ridwan Kamil dan beliau mampir ke *booth* lalu melihat *pop up kit*

yang dipamerkan oleh pemilik akun. Bapak Ridwal Kamil juga melakukan interaksi dengan pemilik akun dan ikut serta memberi apresiasi kepada produk *pop up kit*.

Data 10

Hidden Gem Gak nyangka banget berpetualang ke Maluku Tengah - Banda Neira bikin haru dan berhasil membuat imajinasiku serasa kembali ke zaman penjajahan Portugis dan Belanda Benteng Ini Nyatanya udah Tidak Terawat, namun Bangunan peninggalannya membuat kita paham kenapa Negara lain segituu Berambisi menguasai Indonesia, Selain rempahnya yang kaya ternyata ada Surga tersembunyi yang Cantik Bukan Main Betapa semakin Cinta deh dengan Indonesia, dan segala hal yang dimiliki Indonesia Terbayarkan banget rasanya deh Perjalanan Berhari-hari!
Dengan Rute:
- Jakarta - Makassar 2 Jam - Di Kapal 3 Hari 2 Malam
-Masi nyebarang lagi naik kapal kecil selama 20 menit
Saat liat Panorama ini bikin semakin yakin, kita itu kecil, Alam Semesta begitu luas dan Indahnya! Bener-bener petualangan yang gak main-main deh! karena begitu banyak makna yang dapat diambil selama 10 hari diluar rumah dan bertemu banyak orang serta mengalami beragam pengalaman baru*TOP*kan?!!!*#Exploretogochalle nge!!* @bookingtogo Buat kalian mau ke Daerah Timur, kalian bisa *booking* tiket pesawat & hotel di @bookingtogo karena lagi banyak promonyaaaaa!!! **cus jadiin *wishlist* 2023!!!** kalian juga ceritain dong *traveling* ala kalian #petualanganlithacil

Data di atas adalah *caption* unggahan pada tanggal 23 Desember 2022. Wujud kalimat persuasi dalam *caption* di atas ditandai oleh "cus jadiin *wishlist* 2023!!!". Cus adalah sebuah kata ajakan seperti kata ayo dan mari, yang sering digunakan oleh banyak orang di sosial media agar tidak terlihat monoton dalam penggunaan kosa kata atau biasa disebut juga dengan bahasa gaul. Oleh karena itu, kalimat tersebut termasuk kalimat persuasi karena bertujuan mengajak para pembaca untuk menjadikan tempat tersebut rencana berlibur. Tempat yang direkomendasikan adalah *hidden gem* yang ada di Maluku Tengah, yaitu Banda Neira. Dengan melakukan perjalan ini pemilik akun mendapatkan pengalaman yang luar biasa dan lebih banyak tau bahwa di Indonesia ada surga

secantik Banda Neira, karena hal ini pemilik akun menyadari alasan mengapa pada zaman penjajahan Portugis dan Belanda mereka sangat ingin menguasai Indonesia. Melalui *caption* tersebut juga pemilik akun juga memberitahu rute untuk sampai pada tempat yang ia rekomendasikan. Selain itu, pemilik akun juga memberitahu sosial media dan aplikasi untuk memesan tiket pesawat dan hotel yang banyak promo, yaitu @bookingtogo.

4. SIMPULAN

a. Hasil penelitian kalimat persuasi dalam *caption* akun sosial media instagram @lithacil9, menunjukan bahwa pengunaan kalimat persuasi ini diuraikan dengan contoh yang ditemukan dan isi dari wujud kalimat persuasi yang terdapat dalam *caption* setiap postingannya.

b. *Caption* unggahan akun sosial media instagram @lithacil9 ada cukup banyak wujud kalimat persuasi yang dapat digunakan untuk kegiatan pembelajaran di Sekolah Menengah Pertama (SMP) khususnya kelas VIII. dengan Kompetensi Dasar (KD) 3.3 dan 3.4 mengidentifikasi dan menyimpulkan teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang didengar dan dibaca.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar, Syamsul. dan Khusnul Khotimah. 2021. *Kalimat Persuasif dalam Akun Instagram Disporaparkabtegal dan Implikasinya*. Prosiding Seminar Nasional. Conference.umk.ac.id. diakses pada 29 Desember 2022.

Atmoko. 2012. *Pengertian Sosial Media Instagram*. e-journal.uajy.ac.id. Diakses 28 Desember 2022.

Cahyono, Anang Sugeng. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. https://scholar.google.com/pengertian-sosial-media. Diakses pada 20 Januari 2023.

Djoenaesih, sunarjo. dan Sunarjo. 2019. *Istilah Komunikasi Edisi 2*. Yogyakarta.

Fahmi, Muhammad Nurul. 2019. *Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perfektif Hukum Islam*. Jurnal.staiannawawi.com. Diakses 20 Januari 2023.

Harana, Rizky Anggita. 2018. *Hakikat Bahasa*. www.academia.edu. Diakses 30 Desember 2022.

Hermaji. 2021. Teori Pragmatik Edisi Revisi. Magnum Pustaka Utama : Yogyakarta.

Keraf, Gorys. 2005. *Argumentasi*. Jakarta : PT.Gramedia.

Kridalaksana, Harimurti. 1993. *Kamus Linguistik*. PT Gramedia. Anesearch.id. Diakses 30 Desember 2022.

Murtiningsih, Wiwik. 2013. *Penggunaan Kalimat Persuasi pada Artikel Majalah Aulia*. Jurnal FKIP UMS.

Shofiana, Endah Yogi. dan Umam, Nanang Khoirul. 2022. *Pengembangan Scrapbook Materi Kalimat Persuasif Dalam Pelajaran Bahasa Indonesia Di Kelas IV SD Negeri 56 Gresik*. Journal.institutpendidikan.ac.id. Diakses 08 Januari 2023.

Tabelessy, Novita. 2019. *Kreativitas Menulis Karangan Persuasi Siswa SMP*. https://jurnal.uin-antasari.ac.id. Diakses 10 Februari 2023.

PROFIL SINGKAT

Nadya Novitasari lahir di Pemalang, 25 November 2001. Mahasiswa program studi pendidikan bahasa dan sastra Indonesia Universitas Pancasakti Tegal. Seorang *copywriting* salah satu konsultan ide kreatif di Jakarta.