

PENGUNAAN TINDAK TUTUR PERSUASIF OLEH PARA TOKOH PADA ANIME 《月がきれい》 TSUKI GA KIREI KARYA SEIJI KISHI

Zakiah Putri Maharani

Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
NIM 22020104044; Pembimbing: Prof. Dr. Subandi, S.Pd., M.A.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk, fungsi, dan motif penggunaan tindak tutur persuasif oleh para tokoh dalam anime Tsuki ga Kirei episode 1–12. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data berupa tuturan antartokoh yang mengandung tindak tutur persuasif dikumpulkan melalui metode simak bebas libat cakap dan teknik catat, kemudian diidentifikasi, diklasifikasikan, diterjemahkan, dan dianalisis. Analisis bentuk menggunakan teori tindak tutur Searle dan Koizumi, sedangkan analisis fungsi dan motif menggunakan prinsip persuasi Cialdini dan Goldstein. Hasil penelitian menunjukkan adanya 31 data percakapan yang memuat 50 kemunculan tuturan persuasif. Tuturan tersebut diwujudkan dalam enam bentuk, yaitu permintaan, ajakan, anjuran, bujukan, perintah, dan nasihat. Bentuk ajakan merupakan bentuk yang paling banyak ditemukan, sedangkan perintah menjadi bentuk dengan kemunculan paling sedikit. Dari segi fungsi, persuasi diwujudkan melalui prinsip liking, reciprocity, commitment and consistency, social proof, authority, dan scarcity. Motif penggunaan meliputi memperoleh persetujuan mitra tutur, mempertahankan hubungan interpersonal, memberikan bantuan, mendorong tindakan, membangun semangat dan dukungan, serta mengarahkan pengambilan keputusan. Temuan menunjukkan bahwa tindak tutur persuasif dalam anime tidak hanya digunakan untuk mengarahkan tindakan, tetapi juga berperan sebagai strategi komunikasi dalam membangun hubungan sosial dan mencapai tujuan bersama.

Kata kunci: tindak tutur persuasif, pragmatik, persuasi, anime, Tsuki ga Kirei

PENDAHULUAN

Bahasa dalam interaksi sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk melakukan tindakan dan memengaruhi sikap maupun perilaku mitra tutur. Kajian mengenai penggunaan bahasa dalam konteks tersebut merupakan bagian dari pragmatik, khususnya kajian tindak tutur. Searle memandang tindak tutur sebagai tindakan yang dilakukan melalui penggunaan bahasa, sedangkan tindak tutur direktif berorientasi pada upaya penutur agar mitra tutur melakukan suatu tindakan. Dalam praktik komunikasi, pengaruh tersebut tidak selalu disampaikan melalui perintah yang tegas, tetapi dapat direalisasikan melalui permintaan, ajakan, anjuran, bujukan, maupun nasihat.

Tindak tutur persuasif menjadi menarik untuk dikaji karena keberhasilan suatu tuturan tidak hanya ditentukan oleh bentuk kebahasaan, tetapi juga oleh konteks, hubungan sosial, dan strategi pengaruh yang digunakan penutur. Cialdini dan Goldstein menjelaskan beberapa prinsip yang dapat

mendukung proses pengaruh sosial, yaitu liking, reciprocity, commitment and consistency, social proof, authority, dan scarcity. Prinsip-prinsip tersebut memungkinkan analisis persuasi dilakukan tidak hanya berdasarkan apa yang dikatakan, tetapi juga berdasarkan cara dan alasan penutur memengaruhi mitra tutur.

Anime Tsuki ga Kirei dipilih sebagai sumber data karena menampilkan kehidupan remaja dengan interaksi yang beragam, baik dalam hubungan pertemanan, keluarga, kegiatan sekolah, kegiatan klub, maupun hubungan interpersonal. Situasi tersebut memungkinkan munculnya penggunaan tuturan persuasif secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian terdahulu mengenai tuturan persuasif bahasa Jepang menunjukkan bahwa bentuk bahasa, hubungan sosial, dan tujuan komunikasi saling berkaitan dalam pembentukan daya persuasi. Namun, penelitian yang secara khusus menguraikan bentuk, fungsi, dan motif tindak tutur persuasif dalam anime Tsuki ga Kirei masih terbatas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) bentuk tindak tutur persuasif oleh para tokoh dalam anime Tsuki ga Kirei, (2) fungsi tindak tutur persuasif berdasarkan prinsip persuasi Cialdini dan Goldstein, dan (3) motif penggunaan tindak tutur persuasif dalam konteks interaksi antartokoh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data penelitian adalah anime Tsuki ga Kirei episode 1–12, sedangkan data penelitian berupa tuturan para tokoh yang mengandung tindak tutur persuasif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode simak bebas libat cakap dan teknik catat. Peneliti menyimak dialog dalam anime, mencatat tuturan yang memenuhi karakteristik persuasif, menyimpan data berdasarkan episode dan waktu kemunculan, kemudian memberikan kode data.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu identifikasi, klasifikasi, analisis bentuk, analisis fungsi, analisis motif, interpretasi konteks, dan penarikan kesimpulan. Bentuk tuturan dianalisis menggunakan teori tindak tutur Searle yang didukung Koizumi, dengan fokus pada tuturan direktif yang berfungsi memengaruhi tindakan atau respons mitra tutur. Fungsi persuasi dianalisis berdasarkan enam prinsip Cialdini dan Goldstein, yaitu liking, reciprocity, commitment and consistency, social proof, authority, dan scarcity. Motif ditentukan dengan memperhatikan tujuan komunikatif penutur, hubungan antartokoh, situasi tutur, dan respons yang diharapkan. Hasil analisis disajikan secara deskriptif dan didukung contoh tuturan yang representatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk Tindak Tutur Persuasif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 31 data percakapan persuasif yang memuat 50 kemunculan tuturan persuasif. Tuturan tersebut terbagi ke dalam enam bentuk, sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut.

No.	Bentuk	Jumlah kemunculan
-----	--------	-------------------

1	Permintaan (依頼)	10
2	Ajakan (勧誘)	14
3	Anjuran (勧め推奨)	8
4	Bujukan (説得)	7
5	Perintah (命令)	5
6	Nasihat (助言)	6

Ajakan merupakan bentuk yang paling banyak ditemukan, yaitu 14 kemunculan. Bentuk ini umumnya direalisasikan melalui konstruksi volisional seperti ～よう dan ～ようか. Misalnya, tuturan 「何かあった? 帰りに話そうか」 (Nani ka atta? Kaeri ni hanasou ka; “Ada sesuatu yang terjadi? Bagaimana kalau kita mengobrol saat pulang?”) digunakan Hira ketika melihat Akane tampak murung. Bentuk ～ようか memberikan ruang kepada mitra tutur untuk menerima atau menolak ajakan sehingga persuasi disampaikan secara lebih halus. Temuan ini menunjukkan bahwa penutur dapat mengarahkan tindakan melalui kebersamaan tanpa menggunakan perintah langsung.

Permintaan menempati urutan berikutnya dengan 10 kemunculan. Bentuk tersebut antara lain menggunakan penanda ～て dan ～ないで. Tuturan 「まだ全然決まっておらず、みんなには言わないで」 (Mada zenzen kimattenakute, min'na ni wa iwanaide; “Belum ada keputusan apa pun, jadi tolong jangan beritahu semua orang”) menunjukkan permintaan larangan yang meminta mitra tutur tidak melakukan suatu tindakan. Penggunaan ～ないで lebih lunak dibandingkan bentuk imperatif langsung sehingga memperlihatkan pertimbangan terhadap hubungan sosial dan kesopanan.

Anjuran, bujukan, perintah, dan nasihat masing-masing menunjukkan tingkat pengarahan yang berbeda. Anjuran cenderung memberikan alternatif atau rekomendasi; bujukan berusaha memperoleh penerimaan melalui alasan dan pendekatan emosional; perintah memberikan arahan yang lebih tegas; sedangkan nasihat memberikan pertimbangan yang dianggap bermanfaat bagi mitra tutur. Dengan demikian, bentuk persuasif dalam anime tersebut disesuaikan dengan tujuan komunikasi dan hubungan antara penutur dengan mitra tutur.

2. Fungsi Tindak Tutur Persuasif

Fungsi tindak tutur persuasif dianalisis menggunakan enam prinsip Cialdini dan Goldstein. Pertama, liking tampak pada tuturan yang memanfaatkan kedekatan emosional, rasa nyaman, dan hubungan interpersonal. Contohnya, ajakan Hira kepada Akane untuk berbicara saat perjalanan pulang menggunakan pendekatan perhatian dan kepedulian. Kedekatan membuat mitra tutur lebih mungkin menerima pesan yang disampaikan.

Kedua, reciprocity atau timbal balik tampak ketika persuasi dibangun melalui bantuan, perhatian, atau tawaran yang menguntungkan mitra tutur. Tuturan 「私やっただけよっか」 (Watashi yatte ageyokka; “Kalau begitu, biar aku yang mengerjakannya”) menunjukkan tawaran bantuan. Daya persuasi berasal dari sikap kooperatif penutur, bukan dari tekanan langsung.

Ketiga, commitment and consistency tampak ketika penutur mendorong mitra tutur tetap berpegang pada tujuan atau komitmen yang telah dimiliki. Tuturan 「大会まで1週間、気合入れていこう!」 (Taikai made isshuukan, kiai irete ikou; “Tinggal satu minggu lagi menuju pertandingan. Ayo kita semangat!”) digunakan untuk menguatkan komitmen anggota terhadap persiapan pertandingan. Keempat, social proof muncul melalui pengaruh perilaku

kelompok atau orang lain. Dalam situasi kelompok, tindakan yang telah dilakukan atau diterima oleh pihak lain dapat menjadi dasar untuk mendorong mitra tutur mengikuti tindakan yang sama.

Kelima, *authority* muncul ketika daya persuasi diperkuat oleh kedudukan, tanggung jawab, pengetahuan, atau pengalaman penutur. Dalam konteks kegiatan sekolah atau klub, tuturan dari pihak yang mempunyai peran mengarahkan dapat lebih mudah diterima. Keenam, *scarcity* memanfaatkan keterbatasan waktu atau kesempatan untuk mendorong mitra tutur segera bertindak. Misalnya, informasi bahwa pertandingan tinggal satu minggu digunakan untuk meningkatkan urgensi persiapan. Keenam prinsip tersebut menunjukkan bahwa fungsi persuasi dalam anime tidak berdiri sendiri, melainkan berkaitan erat dengan hubungan sosial dan kondisi situasional.

3. Motif Penggunaan Tindak Tutur Persuasif

Analisis motif menunjukkan enam dorongan utama penggunaan tindak tutur persuasif, yaitu memperoleh persetujuan mitra tutur, mempertahankan hubungan interpersonal, memberikan bantuan kepada mitra tutur, mendorong mitra tutur melakukan tindakan, membangun semangat dan dukungan, serta mengarahkan pengambilan keputusan. Motif memperoleh persetujuan tampak pada ajakan, tawaran, atau permintaan yang sengaja disampaikan untuk memperoleh kesediaan mitra tutur sebelum tindakan dilakukan. Motif mempertahankan hubungan interpersonal tampak melalui tuturan yang menunjukkan perhatian, kepedulian, dan keinginan menciptakan kebersamaan.

Motif memberikan bantuan muncul ketika penutur menawarkan diri untuk mengurangi kesulitan mitra tutur. Motif mendorong tindakan terlihat ketika penutur menggunakan ajakan, anjuran, permintaan, atau nasihat agar mitra tutur melakukan aktivitas tertentu. Sementara itu, motif membangun semangat dan dukungan berkaitan dengan usaha meningkatkan kepercayaan diri, motivasi, dan kesiapan psikologis mitra tutur. Motif mengarahkan pengambilan keputusan diwujudkan melalui pemberian alternatif, saran, atau usulan tanpa sepenuhnya mengambil hak mitra tutur dalam menentukan pilihan.

Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan antara bentuk, fungsi, dan motif. Bentuk menjelaskan bagaimana persuasi direalisasikan melalui bahasa, fungsi menjelaskan mekanisme pengaruh yang digunakan, sedangkan motif menjelaskan alasan penutur memilih strategi tertentu. Dalam *Tsuki ga Kirei*, persuasi tidak hanya digunakan untuk menghasilkan tindakan, tetapi juga untuk menjaga kedekatan, memberikan dukungan, membantu mitra tutur, dan mencapai tujuan bersama. Temuan ini memperlihatkan bahwa konteks dan hubungan interpersonal merupakan unsur penting dalam memahami penggunaan tuturan persuasif.

SIMPULAN

Penelitian mengenai penggunaan tindak tutur persuasif oleh para tokoh dalam anime *Tsuki ga Kirei* episode 1–12 menghasilkan tiga temuan utama. Pertama, ditemukan enam bentuk tindak tutur persuasif, yaitu permintaan, ajakan, anjuran, bujukan, perintah, dan nasihat. Dari 31 data percakapan terdapat 50 kemunculan tuturan persuasif, dengan bentuk ajakan sebagai bentuk yang paling dominan. Kedua, fungsi persuasi dapat dijelaskan melalui enam prinsip Cialdini dan Goldstein, yaitu *likings*, *reciprocity*, *commitment and consistency*, *social proof*, *authority*, dan *scarcity*. Ketiga, motif penggunaan mencakup memperoleh persetujuan, mempertahankan hubungan interpersonal, memberikan bantuan, mendorong tindakan, membangun semangat dan dukungan,

serta mengarahkan pengambilan keputusan. Dengan demikian, tindak tutur persuasif dalam anime Tsuki ga Kirei merupakan strategi komunikasi yang berfungsi memengaruhi mitra tutur sekaligus membangun hubungan sosial sesuai konteks interaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Ayu Putri. (2020). Tuturan Persuasif Wacana Iklan Coca Cola Berbahasa Jepang.
- Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2004). Sociolinguistik: Perkenalan Awal. Rineka Cipta.
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2002). The Science and Practice of Persuasion. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(2), 40–50.
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications.
- Huang, Y. (2007). Pragmatics. Oxford University Press.
- Koizumi, T. (2001). Nyuumon Goyouron Kenkyuu: Riron to Ouyou. Kenkyuusha.
- Larson, C. U. (2010). Persuasion: Reception and Responsibility. Wadsworth.
- Leech, G. (1983). The Principles of Pragmatics. Longman.
- Mahsun. (2007). Metode Penelitian Bahasa. PT RajaGrafindo Persada.
- Minami. (2005). Shokyuu o Oshieru Hito no Tame no Nihongo Bunpou Handbook.
- Rahardi, K., Setyaningsih, Y., & Dewi, R. P. (2005). Pragmatik. Erlangga.
- Searle, J. R. (1969). Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. Cambridge University Press.
- Sudaryanto. (2015). Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa. Sanata Dharma University Press.
- Yule, G. (2014). Pragmatik. Pustaka Pelajar.