

Analisis Persuasif Talkshow Bakso Kuah pada TVRI Jateng Bulan Oktober sampai Desember 2023 dan Kelayakannya sebagai Bahan Ajar Persuasif di Kelas XI SMA

Farid Ardi Prasetyo¹ Khabib Sholeh² Bagiya³

Program Studi Pendidikan Bahasan dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purworejo, Kabupaten Purworejo, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia^{1,2,3}

Email: faridtyo9031@gmail.com¹ khabibsholeh@umpwr.ac.id² bagiya@umpwr.ac.id³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) unsur-unsur kebahasaan dan strategi komunikasi yang digunakan dalam talkshow Bakso Kuah dalam upaya memengaruhi audiens, (2) teknik-teknik persuasif yang diterapkan dalam talkshow Bakso Kuah di TVRI Jawa Tengah selama periode Oktober hingga Desember 2023, (3) kelayakan talkshow Bakso Kuah sebagai bahan ajar dalam pembelajaran teks persuasif bagi kelas XI SMA. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitian talkshow bakso kuah. Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kartu pencatat data dan penulis sendiri. Dalam pengumpulan data digunakan teknik catat. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis isi dari hasil penelitian ini ditemukan antara lain: (1) pada unsur kebahasaan dan strategi komunikasi yang digunakan dalam talkshow bakso kuah dalam upaya memengaruhi audiens sebanyak 8 bagian, (2) pada teknik-teknik persuasif yang diterapkan dalam talkshow Bakso Kuah di TVRI Jawa Tengah selama periode Oktober hingga Desember 2023 sebanyak 5 bagian, (3) talkshow Bakso Kuah layak dijadikan sebagai bahan ajar dalam pembelajaran teks persuasif bagi kelas XI SMA.

Kata Kunci: Persuasif, Talkshow, TVRI Jateng, Kelayakan Bahan Ajar

Abstract

The purpose of this study is to describe: (1) the linguistic elements and communication strategies used in the talk show Bakso Kuah in an effort to influence the audience, (2) the persuasive techniques applied in the talk show Bakso Kuah on TVRI Central Java for the period October to December 2023, (3) the feasibility of the talk show Bakso Kuah as teaching materials in learning persuasive texts for class XI SMA. This type of research is descriptive qualitative with the object of research being the talk show bakso kuah. The research instruments used in this study were data recording cards and the author himself. In collecting data, recording techniques were used. The data analysis technique used was content analysis. The results of this study found, among other things: (1) linguistic elements and communication strategies used in the talk show Bakso Kuah in an effort to influence the audience as many as 8 parts, (2) persuasive techniques applied in the talk show Bakso Kuah on TVRI Central Java for the period October to December 2023 as many as 5 parts, (3) the suitability of the talk show Bakso Kuah as teaching material in learning persuasive texts for class XI SMA.

Keywords: Persuasive, Talkshow, TVRI Jateng, Feasibility of Teaching Materials



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Penggunaan bahasa dalam Talkshow berhasil menarik perhatian, terutama karena aspek kebahasaan yang menjadi fokus utama dalam membahas masalah-masalah yang diangkat secara persuasif. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan dan penyampaian bahasa yang tepat memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan membangun daya tarik bagi audiens. Bahasa tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi untuk membentuk opini, menggugah emosi, dan memengaruhi sikap penonton. Melalui pilihan kata yang tepat, gaya tutur yang disesuaikan dengan karakter pembicara, serta

intonasi dan ekspresi yang mendukung, pesan yang disampaikan dalam talkshow menjadi lebih hidup dan mudah dipahami. Rizky dan Syam (2021) dalam penelitiannya berjudul “Komunikasi Persuasif Konten Youtube Kementerian Agama dalam Mengubah Sikap Moderasi Beragama”. Penelitian itu menyimpulkan bahwa tidak semua teknik komunikasi persuasif dapat diterapkan dalam komunikasi konten Youtube yang *asynchronous*, seperti teknik red-herring yang lebih cocok untuk perdebatan langsung. Teknik yang digunakan dalam konten Youtube meliputi Integrasi, ganjaran (*Pay-Off*), pembangkitan rasa takut (*Fear Arousing*), dan Tataan (*Icing Technique*).

Persamaan penelitian Rizky dan Syam (2021) dengan penelitian ini adalah keduanya menganalisis komunikasi persuasif, khususnya teknik integrasi. Perbedaannya terletak pada metode penelitian, di mana penelitian ini digunakan metode kualitatif untuk menganalisis komunikasi interaktif, sementara Rizky dan Syam (2021) menggunakan analisis artefak sosial. Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat pembaruan dan perbedaan yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan objek berupa acara talkshow, yang berbeda dari penelitian terdahulu yang menganalisis konten YouTube Kementerian Agama. Penelitian sebelumnya berfokus pada penyampaian informasi kepada masyarakat melalui media digital, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada tayangan talkshow sebagai media komunikasi persuasif yang diharapkan dapat menjangkau tidak hanya peserta yang hadir secara langsung, tetapi juga seluruh masyarakat yang menonton acara tersebut. Penelitian ini penting dilakukan karena sering kali kita mengabaikan informasi yang mengandung unsur ajakan persuasif, terutama ketika tidak ada respons atau tanggapan dari lawan bicara. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk: (1) unsur kebahasaan dan strategi yang baik digunakan dikala melakukan komunikasi dengan banyak orang; (2) penggunaan teknik-teknik persuasif yang digunakan dalam melakukan percakapan pada acara talkshow bakso kuah; (3) tayangan acara talkshow layak jika dijadikan sebagai bahan ajar teks persuasif.

Smaldino, et.al (2011: 10) media diartikan sebagai segala sesuatu yang merujuk pada penyampaian informasi dan pesan antara sebuah sumber dan sebuah penerima sebagai wujud dari sarana komunikasi. Keberagaman media teknologi informasi saat ini menjadi cara paling efektif dalam mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, seperti perkembangan komputer, TV, laptop, dan telepon seluler, menyebabkan adanya pola komunikasi yang berbeda-beda saat penyampaian materi berupa informasi penting yang disampaikan. Hal ini dikarenakan hampir seluruh kegiatan berbagi informasi selalu mengandung unsur persuasif yang seringkali tidak disadari oleh masyarakat yang menyampaikan informasi tersebut. Media massa khususnya televisi merupakan cerminan budaya modern pada era teknologi informasi yang semakin pesat. Televisi sebagai sebuah institusi juga tidak lain hasil manusia berfikir dan audience nya manusia juga (Nurudin, 2015: 16). Televisi, dalam hal ini, berperan dalam membentuk pola pikir masyarakat yang cenderung mengadopsi nilai-nilai yang disajikan oleh media, sehingga terjadi pergeseran nilai dari yang sebelumnya berbasis pada norma sosial dan budaya lokal menjadi nilai-nilai yang dikonstruksi oleh media. Fenomena ini menunjukkan bahwa televisi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai institusi sosial yang memiliki kekuatan untuk membentuk dan mengarahkan budaya serta nilai-nilai dalam masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki literasi media yang baik agar dapat menyikapi konten televisi secara kritis dan tidak menerima mentah-mentah informasi yang disajikan.

Menurut Morris (2005:2) televisi adalah pemancar sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara. Dengan maraknya sinetron dan program televisi lainnya, muncul berbagai program talkshow yang

memberikan kesan seolah pemirsa turut terlibat dalam percakapan dan mendengarkan dengan penuh perhatian. Program talkshow banyak mengundang tamu dari berbagai grup atau tim yang ingin berbagi pengalaman luar biasa dalam acara seperti "*Bakso Kuah*". *Bakso Kuah* adalah program acara di stasiun televisi TVRI Jawa Tengah yang menampilkan pertunjukan seni dari siswa dan mahasiswa di sekitar Jawa Tengah. Beragam acara ditawarkan oleh TVRI Jawa Tengah, antara lain *Bakso Kuah*, *Ngaji Bareng Kyai*, *Ketoprak Milenial*, dan beberapa acara lainnya. Program-program TVRI Jawa Tengah yang berbentuk talkshow, seperti *Bakso Kuah* dan *Ngaji Bareng Kyai*, menjadi karakteristik khas mereka.

Talk show adalah suatu acara berbincang-bincang yang menyampaikan beberapa informasi diskusi dengan tema-tema tertentu dan biasanya diselingi dengan beberapa isian menarik seperti musik, lawakan, kuis, dan lain sebagainya. Format talk show merupakan cerminan kekuatan yang menonjol pada medium televisi, yaitu original (utuh/asli) dan kredibel (dapat dipercaya). Narasumber yang sangat vokal dan memahami permasalahan adalah sebagai kunci keberhasilan talk show. Agar talk show dapat menarik dan berbobot, pembawa acara harus mendalami bidang yang sedang dibicarakan di talk show (Wibowo, 2007: 67). Acara *Bakso Kuah* adalah sebuah program talkshow di TVRI Jawa Tengah yang dipandu oleh *host* dan *co-host*, dengan tujuan menggali potensi dan wawasan siswa serta mahasiswa. Acara ini dikemas dalam suasana yang santai, sehingga para tamu merasa nyaman saat berbagi pengalaman dan menunjukkan kemampuan mereka. Berbagai bakat ditampilkan, mulai dari pencak silat, tari tradisional, pembacaan puisi, hingga bernyanyi semuanya berasal dari pelajar dan mahasiswa dari berbagai sekolah dan kampus. Meskipun pembawa acara menggunakan gaya bahasa yang persuasif untuk menarik perhatian, tak jarang cara penyampaian tersebut justru menimbulkan kebingungan atau kesalahpahaman di kalangan penonton. Oleh karena itu, penyampaian pesan dalam acara ini perlu lebih diperjelas, agar informasi yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga mudah dipahami dan mampu menginspirasi audiens untuk mengembangkan bakat yang mereka miliki. Menurut Suranto A. W (2005: 116), komunikasi persuasif adalah seseorang atau sekelompok orang yang dibujuk dan diharapkan sikapnya berubah secara sukarela dengan senang hati dan sesuai dengan pesan-pesan yang diterima. Komunikasi persuasif bertujuan membujuk individu atau kelompok untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku mereka secara sukarela dan sadar, tanpa paksaan. Dalam praktiknya, komunikasi persuasif memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aspek, mulai dari kognitif, afektif, hingga perilaku. Menurut Effendy (2004: 72), terdapat beberapa teknik komunikasi persuasif yang digunakan (1) Teknik Asosiasi, (2) Teknik Integrasi, (3) Teknik *Pay-off* atau *Fear-Arousing*, (4) Teknik *Icing*, dan (5) Teknik *Red Herring*.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan masalah yang diajukan dalam penelitian ini lebih menekankan pada masalah interaksi sosial, jenis penelitian adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna (Sugiyono, 2015: 9). Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif karena data yang diteliti berupa bentuk-bentuk kata dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini tidak digunakan perhitungan secara statistik. Bentuk kata yang diteliti adalah kutipan-kutipan yang berkaitan dengan persuasif menurut Sutikno yang terdapat dalam talkshow *bakso kuah*. Objek penelitian adalah semua hal yang menjadi titik perhatian pada suatu penelitian (Arikunto, 2013: 161), Objek dalam penelitian ini berupa talkshow *bakso kuah*. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas

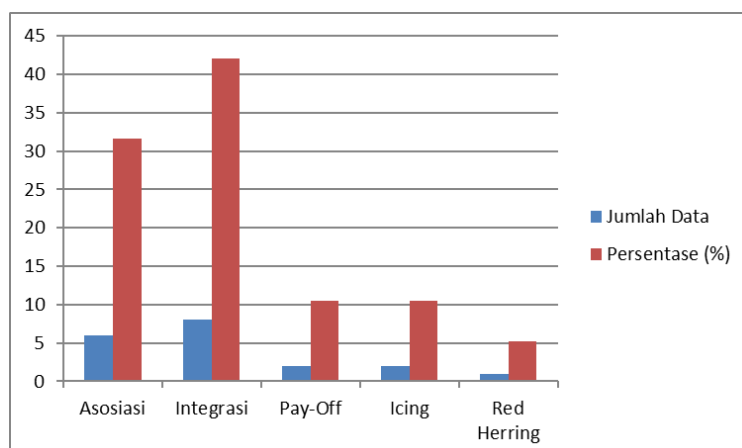
yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data agar lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah Arikunto (2013: 203).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik catat. Menurut Arikunto (2013: 265), pengumpulan data adalah arti secara umum, yang memiliki arti bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara merekam, mencatat. Pengumpulan data pada penelitian ini adalah rekaman video dari youtube TVRI Jateng acara Talkshow *Bakso Kuah*, dengan cara mencatat tingkah laku dari narasumber yang mengandung persuasif. Langkah-langkah pengumpulan data dalam penelitian antara lain: menentukan objek penelitian, menonton acara talkshow bakso kuah yang tayang pada bulan oktober sampai desember 2023 dengan cermat, mencatat data penting berupa percakapan persuasif berupa unsur kebahasaan serta strategi komunikasi dan teknik-teknik persuasif yang digunakan dalam melakukan percakapan, dan mencatat hasil identifikasi ke dalam nota pencatat data. Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis isi (*content analysis*) untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi dalam bentuk lambang. Analisis isi menurut Krippendorff (2016: 29) adalah suatu teknik untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (replicable) dan sah, dengan memperhatikan konteksnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penyajian data merupakan gambaran masalah-masalah yang akan dibahas dalam pembahasan data. Data penelitian ini bersumber dari acara talkshow bakso kuah TVRI Jateng Bulan Oktober sampai Desember 2023. Data yang penulis sajikan adalah percakapan persuasif dalam talkshow, berupa unsur kebahasaan serta strategi komunikasi dalam talkshow bakso kuah, teknik-teknik persuasif yang diterapkan dalam talkshow *Bakso Kuah* dan kelayakannya sebagai bahan ajar persuasif. Dari objek yang sudah dianalisis terdapat beberapa teknik-teknik persuasif dengan rincian data seperti tabel berikut.

Teknik Persuasif	Jumlah Data	Persentase (%)
Asosiasi	6	31.58
Integrasi	8	42.11
Pay-Off	2	10.53
Icing	2	10.53
Red Herring	1	5.25
Total	19	100



Dengan demikian terdapat persentase yang menunjukkan seberapa banyak pesan ajakan menggunakan teknik-teknik tersebut. Dari teknik-teknik persuasif dapat dianalisis sebagai berikut.

1. Teknik Integrasi. Teknik ini paling banyak digunakan dalam komunikasi persuasif takshow bakso kuah, yaitu sebanyak 8 kali (atau 42,11% dari total data). Teknik integrasi biasanya digunakan untuk membangun kedekatan antara komunikator dan komunikan. Dalam konteks talkshow, integrasi dapat berupa ungkapan kesamaan nilai, pengalaman, atau kepentingan yang bertujuan membentuk hubungan emosional. Ini menunjukkan bahwa pembicara atau narasumber berupaya membuat audiens merasa "terlibat" atau menjadi bagian dari diskusi.
2. Teknik Asosiasi. Teknik ini memiliki 6 data (atau 31,58%), asosiasi juga merupakan teknik yang dominan digunakan. Teknik ini berfungsi menghubungkan pesan dengan objek, simbol, atau nilai yang sudah dikenal dan disukai oleh audiens. Misalnya, pembicara mungkin mengaitkan topik yang dibahas dengan tokoh terkenal, budaya populer, atau nilai-nilai sosial yang dianggap positif agar pesan lebih mudah diterima.
3. Teknik Pay-Off. Teknik ini muncul sebanyak 2 kali (atau 10,53%). Teknik pay-off digunakan untuk meyakinkan audiens dengan menonjolkan keuntungan atau manfaat yang akan diperoleh jika mereka menerima pesan yang disampaikan. Biasanya bersifat argumentatif dan logis, dengan penekanan pada hasil yang menguntungkan bagi audiens.
4. Teknik Icing. Sama halnya dengan teknik pay-off, teknik ini juga muncul sebanyak 2 kali (10,53%). Teknik icing digunakan untuk memperindah atau mempermanis penyampaian pesan. Biasanya berupa penggunaan bahasa yang menyenangkan, humor, atau pernyataan ringan yang membuat suasana menjadi lebih santai. Tujuannya adalah membuat audiens merasa nyaman dan lebih terbuka menerima informasi.
5. Teknik Red Herring. Teknik ini merupakan yang paling sedikit digunakan, hanya 1 kali (5,25%). Red herring adalah teknik pengalihan isu, di mana pembicara menyisipkan topik atau argumen yang tidak berkaitan langsung dengan inti pembahasan, dengan tujuan untuk membelokkan perhatian audiens dari topik utama. Meskipun jarang digunakan, teknik ini tetap memiliki efek tertentu dalam dinamika komunikasi, terutama jika ingin menghindari isu sensitif atau kontroversial.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan, hasil temuan ini menunjukkan bahwa dalam acara talkshow, teknik persuasif yang digunakan lebih banyak berfokus pada upaya membangun hubungan yang dekat dan emosional antara pembicara dan audiens. Teknik seperti *integrasi* dan *asosiasi* menjadi yang paling dominan, menunjukkan bahwa narasumber cenderung memilih pendekatan yang melibatkan kesamaan nilai, pengalaman bersama, serta kedekatan emosional dalam menyampaikan pesan. Artinya, talkshow tidak hanya berperan sebagai sarana menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terjadinya empati dan pemahaman antara pihak yang berbicara dan pendengarnya. Pendekatan ini mencerminkan pentingnya komunikasi yang bersifat humanis dan terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari. Teknik yang digunakan tidak bersifat memaksa atau menggurui, melainkan memberikan ruang bagi audiens untuk merasa terlibat secara aktif dalam percakapan. Sementara itu, teknik manipulatif seperti *red herring*, yang biasanya digunakan untuk mengalihkan perhatian dari topik utama, justru sangat jarang ditemukan dan hanya muncul dalam kondisi tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif dalam talkshow lebih ditentukan oleh kemampuan narasumber membangun rasa percaya dan kedekatan emosional, bukan hanya sekadar memengaruhi opini secara sepihak.

Unsur Kebahasaan serta Strategi Komunikasi dalam Talkshow Bakso Kuah

Unsur kebahasaan merujuk pada elemen-elemen bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif dalam sebuah komunikasi. Strategi komunikasi adalah cara-cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi secara efektif kepada audiens tertentu, dengan tujuan untuk mencapai komunikasi yang jelas, menarik, dan mempengaruhi audiens. Penggunaan diksi ringan, mudah dipahami, dan sedikit bernuansa gaul sangat efektif untuk membangun kedekatan. Strategi komunikasi dalam talkshow ini lebih mengutamakan interaksi langsung dengan audiens. Adapun unsur kebahasaan serta strategi komunikasi dalam talkshow bakso kuah bulan oktober sampai desember 2023 dapat dilihat antara lain sebagai berikut. Iyeng Veda : " Misal temen-temen mau tampil dibakso kuah(bakat anak sekolah dan anak kuliah), temen-temen **boleh tunjukkin bakat-bakat kalian** disini seru-seru disini" (data 01) Bayu:" Buat temen-temen diluar sana yang pingin ikutan "bakso kuah" (Bakat anak sekolah dan anak kuliah) silahkan saja langsung contact kita bisa melalui DM instagram, nanti kasih liat punya bakat apa saja, **seru-seru disini**" (data 04)

Hal ini terlihat pada kutipan Data 01 dan 04, di mana pembicara menggunakan kata-kata seperti **seru-seru di sini** untuk menggambarkan suasana acara. Pilihan kata "**seru**" menimbulkan kesan yang menggugah semangat, menyenangkan, dan ramah bagi audiens, khususnya kalangan remaja dan mahasiswa. Selain itu, ungkapan seperti **bakat-bakat kalian** dan temen **boleh tunjukkin bakat-bakat kalian** juga termasuk diksi positif karena menekankan apresiasi terhadap potensi individu, tanpa membatasi jenis bakat yang dimiliki. Dengan kata-kata tersebut, pembicara tidak hanya mengajak pendengar untuk ikut serta, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri dan antusiasme. bakat anak sekolah dan anak kuliah), temen-temen boleh tunjukkin bakat-bakat kalian disini seru-seru disini" (data 01) Penyanyi : "**mari semua ikut bernyanyi bersama**" (data 05) Iyeng : "sebelum kita berbincang-bincang lebih lama, alangkah baiknya memperkenalkan band yang hadir pada malam hari ini" Maren:"nama band yaitu exposure" Yovita:"baik, **mari kita expose satu-satu**" (data 06)

Pada kalimat ajakan disampaikan menggunakan gaya yang ramah dan inklusif, seperti terlihat pada kutipan Data 01 ketika Iyeng Veda mengatakan, "temen-temen boleh tunjukkin bakat-bakat kalian di sini, seru-seru di sini." Meskipun disampaikan secara halus, kalimat tersebut mengandung dorongan agar audiens terlibat menampilkan bakat mereka. Pada Data 05, penyanyi menyampaikan ajakan yang lebih eksplisit melalui kalimat, "mari semua ikut bernyanyi bersama," yang bertujuan mengajak seluruh audiens berpartisipasi secara langsung dan menciptakan suasana kebersamaan. Sementara itu, pada Data 06, kalimat "baik, mari kita expose satu-satu" juga menunjukkan bentuk ajakan kolektif yang mengajak pembicara dan audiens untuk bersama-sama memperkenalkan anggota band, menandakan adanya kolaborasi dalam kegiatan. Ketiga kutipan tersebut memperlihatkan bahwa ajakan dalam talkshow ini tidak hanya mendorong keterlibatan, tetapi juga membangun interaksi yang positif antara pembicara dan audiens melalui bahasa yang santai dan akrab. Berdasarkan data di atas, terdapat unsur kebahasaan serta strategi komunikasi sejumlah 8 unsur diantaranya: diksi positif, kalimat ajakan, pertanyaan retorik, penggunaan kata ganti orang pertama dan kedua, kalimat positif dan optimistik, repetisi atau pengulangan, penggunaan bahasa yang akrab dan gaul, dan metafora. Dari beberapa unsur, penulis hanya memaparkan contoh data tentang adanya diksi positif serta kalimat ajakan.

Teknik-Teknik Persuasif yang diterapkan dalam Talkshow Bakso Kauh

Teknik-teknik persuasif merupakan berbagai metode atau pendekatan yang digunakan dalam komunikasi untuk meyakinkan atau mempengaruhi audiens agar menerima ide,

pandangan, atau melakukan tindakan tertentu. Penggunaan teknik-teknik persuasif dalam talkshow bakso kuah dapat dilihat dari percakapan yang mengandung kalimat ajakan mampu menjadi daya tarik seseorang untuk melakukan tindakan sesuai keinginan. Adapun teknik-teknik persuasif talkshow bakso kuah bulan oktober sampai desember 2023 dapat dilihat antara lain sebagai berikut. Yovita : " Masih mpls ya, **aku mau bilang mos**(masa orientasi siswa) **ya, terlalu jauh jaraknya**" (data 11) Dengan kata lain, penggunaan teknik red herring terdapat adanya pendekatan logis dan emosional sekaligus logis karena menunjukkan perbedaan istilah yang berkaitan dengan waktu, dan emosional karena mengaitkannya dengan pengalaman pribadi atau persepsi umum masa kini. Yovita menggunakan strategi klarifikasi sambil menyelipkan opini pribadi, yang berpotensi memengaruhi cara pandang lawan bicaranya terhadap topik yang dibicarakan. Kalimat **aku mau bilang MOS ya, terlalu jauh jaraknya** bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyiratkan bahwa Yovita mendorong penggunaan istilah yang lebih relevan atau terkini (MPLS) dibandingkan istilah lama (MOS).

Hal ini merupakan bentuk persuasi secara halus, di mana ia mengarahkan Bayu dan mungkin juga pendengar lain untuk menggunakan istilah yang menurutnya lebih tepat. Ungkapan yang mengatakan **terlalu jauh jaraknya** Yovita menunjukkan adanya perbedaan generasi atau konteks waktu antara istilah MOS dan MPLS. Ini merupakan cara untuk memperkuat argumen bahwa penggunaan kata MPLS lebih sesuai dengan kondisi saat ini, sekaligus memengaruhi persepsi bahwa istilah MOS sudah tidak relevan. Unsur persuasif dalam pernyataan Yovita tidak bersifat langsung atau memaksa, namun tetap menyampaikan pendapat dan memberi dorongan agar lawan bicara mempertimbangkan sudut pandangnya. Dalam komunikasi sehari-hari, cara seperti ini termasuk strategi yang efektif karena lebih mudah diterima oleh pendengar tanpa menimbulkan resistensi. Kalimat Yovita mengandung unsur persuasif karena menyampaikan pendapat yang diselipkan dalam bentuk klarifikasi santai dan perbandingan, sehingga dapat memengaruhi cara pandang lawan bicara terhadap istilah yang digunakan. Gaya bahasa yang ringan dan konteks percakapan yang akrab memperkuat efektivitas pesan persuasif tersebut. Berdasarkan data di atas, terdapat teknik-teknik persuasif dalam talkshow bakso kuah diantaranya: teknik asosiasi sebanyak 6 tuturan, teknik integrasi sebanyak 8 tuturan, teknik pay-off sebanyak 2 tuturan, teknik icing sebanyak 2 tuturan, dan teknik hearing sebanyak 1 tuturan. Dari beberapa unsur, penulis hanya memaparkan contoh data tentang teknik red-hearing.

Kelayakan sebagai Bahan Ajar Persuasif

Pembelajaran adalah proses terjadinya interaksi antara pendidik dengan peserta didik dan sumber belajar pada lingkungan belajar. Pemilihan terhadap bahan ajar yang akan digunakan penting dilakukan. Salah satu hal yang bisa dijadikan bahan ajar saat proses pembelajaran adalah acara talkshow. Acara talkshow termasuk salah satu bahan ajar audio atau dengar. Dalam konteks pendidikan, bahan ajar persuasif tidak hanya harus informatif, tetapi juga mampu memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai potensi talkshow sebagai alat pendidikan yang efektif dan persuasif. Berdasarkan analisis di atas, talkshow bakso kuah pada TVRI Jateng layak dijadikan sebagai bahan ajar persuasif di kelas XI SMA, asalkan memenuhi kriteria kesesuaian dengan CP dan ATP, keakuratan materi, kelayakan bahasa, dan penyajian yang interaktif. Fokus pada memperhatikan aspek-aspek tersebut, bahan ajar ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam proses pembelajaran siswa dan mendukung pencapaian tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan.

KESIMPULAN

Dalam Talkshow Bakso Kuah TVRI Jateng bulan Oktober sampai Desember 2023 ditemukan (1) unsur kebahasaan diantaranya a. Diksi Positif sejumlah 2, b. Kalimat Ajakan sejumlah 3, c. Pertanyaan Retoris sejumlah 1, d. Penggunaan Kata Ganti Orang Pertama dan Kedua sejumlah 5, e. Kalimat Positif dan Optimistis sejumlah 1, f. Repetisi atau Pengulangan sejumlah 3, g. Penggunaan Bahasa yang Akrab dan Gaul sejumlah 2, dan h. Metafora sejumlah 1. (2) Teknik persuasif diantaranya a. Teknik *Asosiasi* sejumlah 6, b. Teknik *Integrasi* sejumlah 8, c. Teknik *Pay-Off* sejumlah 2, d. Teknik *Icing* sejumlah 2, dan e. Teknik *Red Herring* sejumlah 1. (3) Talkshow ini dinilai relevan dengan Alur Tujuan Pembelajaran (ATP), khususnya dalam capaian siswa yang diharapkan mampu menganalisis struktur dan kebahasaan teks persuasif secara kritis dan reflektif dengan menggunakan bahasa mereka sendiri. Pesan yang disampaikan melalui talkshow mudah dipahami karena didukung oleh penggunaan diksi yang jelas dan komunikatif.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran sebagai berikut: Bagi guru diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan terkait persuasif dengan media video pada acara Talkshow. Bagi siswa diharapkan mampu memahami persuasif pada talkshow yang dalam penelitian ini berupa acara talkshow. Bagi peneliti lain, hendaknya dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaksana peneliti lain dalam kajian persuasif, disarankan untuk mengkaji yang belum tersentuh atau diteliti sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Khabib Sholeh, Bagiya.dkk. *Pengaruh Media Cetak dan Audio Visual Terhadap Kemampuan Menulis Teks Berita Pada Siswa Mts Bergaya Kognitif Field Dependent dan Field Independent*. Jurnal Pendidikan Surya Edukasi (JPSE), Volume: 6, Nomor: 1, 2020
- Krippendorff, Klaus. *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. 2016.Jakarta: Rajawali Pers h 15
- Morissan. 2005. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Ramdina Prakarsa: Tangerang.
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada.
- Smaldino,et.al. (2011). *Instructional Technology and Media for Learning*. Colombus: Upper Saddle River.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto A. W, *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*, (Yogyakarta: Media Wacana, 2005),h. 116.
- Syam, Nur. "Renungan Hari Amal Bhakti Kementerian Agama Ke 75: Jadikan Momentum Mawas Diri." Nursyam Centre, 3 Januari, 2021
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta : Pinus Book Publisher.