

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang senantiasa selalu membutuhkan peranan manusia lain dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup tersebut setiap manusia berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain dalam berbagai situasi. Dalam berkomunikasi, manusia menyampaikan suatu pesan atau informasi berupa pikiran, gagasan, maksud, perasaan maupun emosi secara langsung kepada orang lain baik secara lisan maupun tulisan melalui suatu media yang disebut bahasa. Bahasa merupakan sebuah sistem komunikasi dengan lambang bunyi yang bersifat arbiter dan berfungsi sebagai alat interaksi sosial manusia. Seperti yang didefinisikan oleh Kridalaksana (2009:24), bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbiter yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerjasama, berkomunikasi dan mengidentifikasi diri. Meskipun manusia juga dapat menggunakan alat lain untuk berkomunikasi, tetapi bahasa adalah alat komunikasi terbaik di antara alat komunikasi lainnya. Maka dari itu, bahasa sangat erat kaitannya dalam proses komunikasi, karena tidak ada satupun komunikasi yang tidak melibatkan bahasa.

Selain itu, dalam kegiatan komunikasi manusia menyampaikan pikiran dan perasaannya melalui sebuah tuturan. Sebuah tuturan yang disampaikan oleh penutur tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga bersifat persuasif yaitu agar orang lain bersedia untuk melakukan suatu perbuatan (Effendy, 2009:8). Hal ini sejalan dengan pendapat Aritoteles (dalam Liliwari, 2015:2) yang menyatakan bahwa tujuan utama

komunikasi adalah persuasi. Persuasi merupakan salah satu tindakan komunikatif yang digunakan untuk memengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku orang lain. Tindakan persuasi juga seringkali digunakan sebagai salah satu strategi komunikasi supaya pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami dan diyakini oleh orang lain. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2018: 1268) istilah persuasif berasal dari kata “Persuasi” yang berarti ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkannya. Menurut Maulana & Gumelar (2013:8-9) tindakan persuasi merupakan salah satu bentuk *social influence* yang berdasar pada argumentasi dan alasan psikologis. Dalam bahasa Jepang sendiri istilah persuasi disebut dengan *settoku* (説得). Seperti yang telah dijelaskan oleh Yada & Naohiro(2006:1),「説得とはコミュニケーションを通して相手に問題を納得させ、態度や行動を意図する方向に変化させようとする影響行為である。」 yang dapat diartikan bahwa persuasi didefinisikan sebagai penggunaan komunikasi untuk meyakinkan pihak lain untuk menerima solusi atas suatu masalah dan untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah yang diinginkan dengan memberikan pengaruh pada pihak lain.

Istilah *settoku* dalam padanan bahasa Indonesia tidak hanya dimaknai sebagai persuasi saja, tetapi dapat dimaknai sebagai suatu bujukan, ajakan, rayuan, permintaan dan lain sebagainya. Wujud dari tindakan persuasi ini biasanya dapat ditemukan dalam sebuah kegiatan propaganda, kampanye, periklanan, pemasaran dan lain-lain. Tujuan akhir dari tindakan persuasi tidak hanya sekedar memengaruhi sikap atau perilaku seseorang saja, akan tetapi membuat seseorang bersedia untuk melakukan sesuatu

yang diinginkan oleh penutur. Hal ini menjadikan tindakan persuasif juga merupakan bagian dari tindak tutur. Mengenai tindak tutur, Austin (dalam Taillard, 2000: 146) berpendapat bahwa tindakan membujuk merupakan salah satu jenis tindak tutur perlokusi yang mana dapat memberikan efek atau daya pengaruh kepada lawan bicara. Efek atau daya pengaruh ini dapat terjadi karena disengaja ataupun tidak disengaja oleh penuturnya. Selain itu, tindak tutur persuasi juga merupakan salah satu tindak tutur yang terbentuk berdasarkan prinsip dasar tindak tutur direktif. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Taufik (2008:6), tuturan persuasif ini juga memiliki fungsi untuk memerintah, menyuruh, atau meminta kepada lawan tutur untuk melakukan tindakan. Kemudian, Searle (dalam Pishghadam & Rasouli, 2011:112) juga menganggap persuasi sebagai bagian dari tindak tutur direktif dimana maksud penutur adalah membuat pendengarnya berkomitmen untuk melakukan suatu bentuk tindakan. Jadi dapat dikatakan bahwa ketika seseorang melakukan suatu persuasi kepada orang lain maka dapat diartikan orang tersebut sedang berusaha untuk meminta orang lain untuk melakukan sesuatu yang diinginkannya.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa tindak tutur persuasi merupakan tindakan mempengaruhi persepsi, pikiran atau pendapat orang lain dengan hasil akhir berupa sebuah kesepakatan pendengar untuk melakukan sesuatu. Tindak tutur persuasif dalam suatu komunikasi tidak dapat terjadi begitu saja, melainkan melalui sebuah proses yang membutuhkan waktu, tahapan serta melibatkan penggunaan bahasa. Dengan penggunaan bahasa yang tepat maka semakin besar kemungkinan mitra tutur akan menerima dan mengikuti apa yang diinginkan dalam pesan persuasi. Tetapi, pada saat menuturkan suatu tindak tutur persuasif seringkali

penutur tidak memperhatikan letak kepentingan mitra tutur untuk melakukan tindakan tersebut sehingga terjadi penolakan dari mitra tutur. Maka dari itu, saat membujuk penutur perlu untuk melihat situasi apakah orang yang bersangkutan memiliki kepentingan yang sama atau tidak karena setiap orang mempunyai kebebasan untuk melakukan hal yang diinginkan tanpa dibatasi oleh apapun.

Brown & Levinson (1988:61) mengatakan bahwa setiap orang memiliki keinginan diri yang disebut dengan “wajah” atau “*face*”. Konsep wajah terbagi menjadi dua macam wajah, yaitu wajah positif dan wajah negatif. Wajah positif adalah keinginan setiap orang agar segala tindakannya dihargai serta disetujui oleh orang lain, sementara wajah negatif adalah keinginan setiap orang agar segala tindakannya tidak dihalangi oleh orang lain atau bebas dari kepentingan orang lain. Berdasarkan konsep wajah tersebut dapat diketahui bahwa dengan mengutarakan persuasi maka dapat berarti kita mengganggu kebebasan orang lain untuk bertindak dari pembebanan. Hal ini dapat dikatakan bahwa tindakan persuasi merupakan salah satu tindakan yang dapat mengancam wajah penutur maupun mitra tutur.

Dalam menuturkan sebuah tindak tutur persuasif, tentunya kita harus memperhatikan ragam ungkapan yang akan digunakan. Ungkapan merupakan sebuah pengungkapan pikiran, perasaan serta keinginan seseorang kepada orang lain. Dalam bahasa Jepang, istilah ungkapan disebut dengan 表現 (*hyougen*). Istilah *hyougen* dalam web “Kotoba No Chigai Ga Wakaru Yomimono” (<https://meaning-difference.com/?p=119>, Diakses pada 10 September, 2021.) didefinisikan sebagai「自分の内面にあるものを、言語・記号・表情・身振り・造形物・作品などを通して外部に表

すこと、他者にも分かるように客観化すること」yang apabila diartikan menjadi suatu hal yang digunakan untuk mengekspresikan sesuatu yang ada dalam diri sendiri secara eksternal dan objektif melalui bahasa, simbol, ekspresi wajah, gerak tubuh, karya, dan sebagainya sehingga orang lain dapat memahaminya. Ungkapan (*hyougen*) dalam bahasa Jepang memang dinilai memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan ungkapan dalam bahasa Indonesia. *Hyougen* dalam bahasa Jepang masing-masing ungkapan memiliki fungsi tertentu dan tidak boleh sembarangan mengaplikasikannya. Oleh karena itu, dalam penggunaan *hyougen* dalam bahasa Jepang tentunya perlu memperhatikan konteks serta menyesuaikan makna, maksud atau inti yang terkandung dalam kalimat yang ingin disampaikan kepada lawan bicara supaya dapat meminimalisirkan kesalahpahaman dalam berkomunikasi.

Dalam kaitannya dengan pembelajaran bahasa Jepang di Indonesia, pada saat berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Jepang, adakalanya mahasiswa pemelajar bahasa Jepang menemui situasi dimana dirinya harus melakukan persuasi terhadap lawan tutur khususnya penutur asli bahasa Jepang. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan budaya dalam komunikasi antara orang Indonesia dan orang Jepang serta tidak adanya pembelajaran secara khusus mengenai tindakan persuasi dalam pendidikan bahasa di Indonesia membuat mahasiswa seringkali merasa kesulitan untuk mengungkapkan tuturan persuasif dalam bahasa Jepang. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti bentuk ungkapan (*hyougen*) apa saja yang digunakan oleh orang Jepang dalam tindak tutur persuasif.

Berikut ini adalah dua contoh perbandingan percakapan persuasif dalam bahasa Indonesia dan bahasa Jepang. Dua percakapan ini terdiri dari percakapan jitsurei (実

例) atau contoh percakapan yang diambil dari kejadian nyata serta sakurei (作例) atau contoh percakapan buatan yang diambil dari sebuah drama Jepang.

1. Video vlog Youtube dari channel Fadil Jaidi dengan judul FOTOSUT, yang di upload pada tanggal 20 Juni 2021.

Fadil : Assalamualaikum ka.

Kak Yislam : Waalaikumsalam

Fadil : **Kakak, ganteng banget deh. kakak ku memang paling ganteng ih.**

Kakak dimake-up dulu yuk.(1)

Kak Yislam: Nggak ah.

Fadil : **Eh, Make-up dulu!(2)**

Kak Yislam : Nggak

Fadil : **Ih nanti di itu (foto) nya jelek. Di make-upnya sama Dillah ya. Jadi aman, tentram. Aku panggil Dillah ya, soalnya barang-barangnya ada di sana. (3)**

Kak Yislam : Make-up buat apa?

Fadil : Jadi nanti pas dikamera, kan kamu pasti bergaya. Nah itu mukanya jadi *fierce* nya dapet gitu, oke?.

([FOTOSUT - YouTube](#) menit ke 03:39 - 04.31)

Situasi konteks percakapan di atas terjadi saat Fadil sebagai seorang adik sedang ada kegiatan pemotretan dari sebuah brand pakaian meminta kakaknya untuk menjadi model dalam foto tersebut. Kakaknya yang bernama Yislam pun akhirnya bersedia untuk dijadikan model, akan tetapi pada saat persiapan *photoshoot* Fadil meminta untuk kakaknya berias terlebih dahulu supaya ketika difoto wajahnya terlihat lebih segar dan foto yang dihasilkan akan terlihat bagus.

2. Percakapan seorang ayah dan anak dalam drama *Ichi Rittoru No Namida*.

Aya terlihat sedang bersiap-siap untuk membantu ayah dan ibunya membuat tahu pesanan di dapur produksi tahu. Ketika sang ayah mengetahui Aya ikut membantu bekerja saat hari ujian masuk sekolah akan berlangsung, ia menyadari bahwa kondisi Aya sedang kurang fit akibat kekurangan jam tidur dan merasa khawatir dengan keberhasilan ujian Aya nanti.

Ayah : 亜也、お前昨夜遅かったんだらう

‘Aya, kamu semalam begadang, bukan?’

Aya : うん、三時ごろかな

‘iya, sepertinya saya baru selesai sekitar jam 3an’

Ayah : だったら、ほとんど寝てないんじゃないかお前？

‘Makanya, kamu hampir tidak cukup tidur kan?’

Aya : 何か落ち着かなくて眠れなかった

‘Aku benar-benar ga bisa tidur karena terlalu gugup’

Ayah : じゃあ、今日は休んでもいいから。

‘Kalau begitu, hari ini kamu tidak apa-apa untuk libur ya.’

Ibu : ダメよ！

‘Tidak bisa begitu dong!’

Ayah : けどさ、今日は入試だぞ！入試！

‘Tapi hari ini dia ada ujian masuk sekolah loh! Ujian masuk!’

Ibu : 店の手伝い休めば、合格できるの？

‘Memangnya kalau libur bantu kerja, apa kamu pikir dia lulus ujian?’

Ayah : ほら、お前はそういう譲ろっていけないの。

‘Aduh, kamu ini jangan terlalu membebankan dia dong.’

Ayah : だからさ、今日はいいから。家にいたものを覚えるか、少し寝るか

(1)

‘sudah kubilangkan, hari ini tidak apa-apa kamu libur. Bagaimana kalau kamu berpikir untuk bersantai di rumah atau tidur sebentar atau...’(1)

Aya : ここまで来たら、もうバタバタしないで働くする!

‘kalau aku udah ada di sini, aku tidak mau kerja setengah-setengah!’

Ibu : そういうこと !

‘saya setuju!’

Ayah : 全くもん。

‘Aduh, ampun deh.’

Pada percakapan di atas terlihat bahwa sebenarnya Ayah Aya memberikan izin kepada Aya untuk libur membantu pada hari itu karena ia mengerti kondisi anaknya yang kurang tidur akibat belajar semalaman demi menghadapi ujian masuk sekolah yang akan berlangsung pagi harinya. Sebagai orang tua, sang ayah merasa khawatir dengan kondisi anaknya yang apabila memaksakan membantu pekerjaannya akan berpengaruh dengan kelulusan ujiannya. Tetapi, hal tersebut tidak disetujui oleh sang ibu karena pikirnya hal tersebut tidak ada hubungannya dengan keberhasilan ujian nanti. Aya pun setuju dengan pendapat ibunya dan dengan tegas mengatakan bahwa dirinya akan tetap membantu pekerjaan orang tuanya seperti biasanya karena ia merasa sebagai seorang anak masih memiliki tanggung jawab berbakti kepada orang tuanya gimanapun kondisi yang terjadi. Secara ilokusi, tuturan yang dituturkan oleh sang ayah mengandung makna memerintah dalam bentuk saran. Tetapi, secara perlokusi tuturan tersebut mengandung makna bujukan kepada Aya untuk beristirahat. Tetapi karena Aya merasa istirahat bukan menjadi kepentingan utamanya saat itu, maka ia menolak permintaan sang Ayah.

Berdasarkan dari kedua percakapan di atas dapat diketahui bahwa adanya perbedaan karakteristik antara orang Indonesia dengan orang Jepang dalam menuturkan ungkapan persuasif, Seperti contoh yang ditunjukkan dalam percakapan pertama dapat diketahui bahwa Fadli telah melakukan kegiatan persuasi terhadap kakak nya sebanyak tiga kali, seperti dalam tuturan (1) “**Kakak, ganteng banget deh.**

kakak ku memang paling ganteng ih. Kakak dimake-up dulu yuk.” Dalam tuturan tersebut terlihat bahwa Fadli mencoba menarik perhatian kakaknya dengan menggunakan bentuk ungkapan sapaan “Kakak” serta diikuti dengan kalimat pujian “ganteng banget deh”. Kemudian, bentuk ungkapan (*hyougen*) yang digunakan oleh Fadli pada kalimat berikutnya merupakan bentuk permintaan yang mana dalam bahasa Jepang disebut sebagai *irai no hyougen*. Karena, ungkapan bujukan tersebut ditolak oleh kakaknya, Fadli pun mencoba membujuk dengan sedikit memaksa seperti dalam tuturan (2) “**Eh, Make-up dulu!**”, ungkapan ini termasuk ke dalam ungkapan perintah atau dalam bahasa Jepang disebut *meirei no hyougen*. Dan pada akhirnya Fadli mengungkapkan persuasinya dalam bentuk saran atau ide seperti yang ditunjukkan dalam tuturan (3) “**...Di make-upnya sama Dillah ya. Jadi aman, tentram. Aku panggil Dillah ya,...**”, dalam Bahasa Jepang bentuk tuturan tersebut termasuk ke dalam bentuk *kanyuu no hyougen*. Dari beberapa penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa orang Indonesia umumnya mengungkapkan tindak tutur persuasif secara langsung dan secara tidak sadar seringkali menyatukan berbagai variasi ungkapan dalam suatu tuturan persuasif. Hal ini senada dengan pendapat Novita (2020:520) bahwasanya pada saat melakukan tindak tutur persuasif, orang Indonesia cenderung mengungkapkan kebenaran atas apa yang dikatakannya dengan menggunakan banyak ungkapan berupa menyatakan, melaporkan, menunjukkan, menyebutkan, menyarankan, membual, mengeluh, mengklaim, mengingatkan bahkan mengecam.

Beda halnya dengan orang Jepang yang cenderung kurang verbal dan lebih berhati-hati saat melakukan persuasi (Neuliep & Vincent,1985:398-401). Hal ini

terlihat dari karakteristik budaya masyarakat Jepang yang merupakan masyarakat yang memegang konsep harmoni 「和」 (wa) yaitu konsep untuk menjaga hubungan antar sesama, sehingga saat menuturkan suatu tuturan pun orang Jepang cenderung lebih menyukai menggunakan ekspresi tidak langsung terhadap lawan bicaranya. Dalam kaitannya antara budaya dengan bahasa Jepang, diketahui pula terdapat tiga budaya yang melatarbelakangi bahasa ini, yaitu *kankakusei* ‘感覺性’ (perasaan), *kansetsusei* ‘間接性’ (ketidak langsung), dan *kyoukansei* ‘共感性’ (kebersamaan) (Sunarni & Jonjon, 2017:119). Ketiga budaya tersebut merupakan hasil dari akulturasi konsep-konsep ajaran filsafat China yaitu “*Tao & Konfucianisme*” yang menekankan keseimbangan hidup dengan berkepribadian yang halus serta tingkat kesopanan tinggi dalam bertutur kata dengan orang lain. Oleh sebab itu, pada saat melakukan tindakan persuasi pun ada kecenderungan bahwa apabila tindakan membujuk dilakukan secara intensif kepada orang lain maka hal tersebut menjadi tindakan yang tidak sopan dan dapat menyinggung perasaan orang lain. Seperti contoh pada percakapan kedua yang dilakukan oleh sang ayah kepada Aya di atas, Sang Ayah berusaha membujuk Aya pada tuturan **だからさ、今日はいいから。家にいたものを覚えるか、少し寝るか** yang berarti **‘sudah kubilangkan, hari ini tidak apa-apa kamu libur. Bagaimana kalau kamu berpikir untuk bersantai di rumah atau tidur sebentar atau...’**. Dalam tuturannya, sang Ayah mencoba untuk memberikan beberapa saran kepada Aya seperti yang ditunjukkan pada frasa **家にいたものを覚えるか、少し寝るか** yang mana termasuk ke dalam bentuk *kyouyou no hyougen* (ungkapan permintaan pilihan). Dengan

menyajikan ungkapan persuasi melalui pemberian saran tersebut, penutur membuat persuasinya lebih tentatif dan dapat mengurangi tingkat kepentingannya sebagai penerima tindakan.

Tindak tutur persuasif merupakan salah satu strategi yang penting digunakan dalam komunikasi manusia agar pesan yang ingin disampaikan dapat dimengerti dan dipercayai oleh orang lain. Supaya pesan persuasi dapat diterima dan dipercayai dengan baik, maka perlu untuk memperhatikan beberapa faktor, salah satunya ditinjau dari segi psikologis penutur, seperti watak dan kredibilitas penutur. Persuasi akan berlangsung sesuai dengan harapan penutur, bila lawan tutur telah mengenal penutur sebagai orang yang berwatak baik. Watak dan seluruh kepribadian penutur dapat diketahui dari sikap dan bahasanya seperti tingkat kepercayaan diri, kemantapan dalam berbicara, keteraturan proses berpikir, serta gaya bahasa yang digunakan juga dapat menjadi tolak ukur dalam menilai watak pembicara. Kurang kepercayaan akan diri sendiri tentu saja tidak mungkin akan menimbulkan kepercayaan orang lain terhadap dirinya. Selain itu, penutur juga tidak akan dipercaya jika ia kelihatan tidak menguasai pesan persuasi atau tampak mempunyai kepentingan tertentu dari pesan persuasi. Maka dari itu, supaya dapat mendapatkan kepercayaan dari lawan tutur penting bagi penutur untuk memiliki suatu pemahaman mengenai teknik-teknik dasar persuasi serta pengetahuan pragmatolinguistik demi tercapainya keberhasilan suatu komunikasi persuasi.

Faktor keberhasilan persuasi tidak hanya sekedar metode atau teknik dasar saja, tetapi faktor strategi kebahasaan yang tepat juga merupakan hal yang terpenting dalam komunikasi persuasif. Hal ini dikarenakan dalam mekanisme persuasi linguistik,

bahasa memiliki peranan penting untuk membentuk serta membangkitkan tanggapan emotif orang lain. Para ahli yang meneliti mengenai persuasi pun mengakui bahwa kata-kata yang dipilih pembujuk dapat mempengaruhi sikap seseorang (Perloff, 2003:197). Maka dari itu, Trosborg (1994:192–204) mengemukakan strategi kebahasaan yang terdiri dari tiga lingkup yaitu diantaranya strategi permintaan, modifikasi internal serta modifikasi eksternal. Seperti dalam tuturan (1) pada percakapan kedua yang dilakukan oleh sang ayah kepada Aya di atas, **だからさ、今日はいいから。家にいたものを覚えるか、少し寝るか** yang berarti ‘**sudah kubilangkan, hari ini tidak apa-apa kamu libur. Bagaimana kalau kamu berpikir untuk bersantai di rumah atau tidur sebentar atau...**’. Dalam tuturannya, sang Ayah menggunakan strategi tidak langsung konvensional berorientasi pendengar dimana dalam strategi ini Aya diberi kebebasan untuk memilih mengikuti keinginan penuturnya atau tidak berdasarkan kemampuan atau kemauannya. Selain itu, penutur juga menggunakan perangkat modifikasi internal pemerlunak leksikal dengan bentuk pertanyaan **~か**. Partikel **~か** yang terdapat pada kalimat digunakan untuk membuat permohonannya lebih halus serta tidak menimbulkan adanya suatu paksaan bagi lawan tutur.

Seperti yang sudah diketahui, ungkapan persuasif biasanya dirumuskan tergantung dengan konteks tertentu. Pemahaman mengenai konteks yang terjadi dalam suatu percakapan dapat dipelajari dalam salah satu cabang ilmu linguistik yaitu bidang pragmatik. Jumanto (2017:36) menjelaskan bahwa pragmatik adalah studi tentang makna atas penggunaan bahasa dalam komunikasi, khususnya kajian tentang

hubungan antar kalimat dengan konteks dan situasi yang diacu oleh kalimat tersebut. Penjelasan mengenai konteks dalam suatu percakapan seringkali jarang ditemukan dalam buku teks pelajaran bahasa. Sehingga untuk dapat mengetahui realisasi nyata bahasa yang dipelajari dan dapat melihat situasi dan konteks ketika kalimat diucapkan dengan jelas, pembelajar bahasa asing khususnya bahasa Jepang selain berkomunikasi langsung dengan penutur asli atau juga dapat melalui sarana drama. Drama merupakan salah satu karya sastra imajinatif selain novel dan puisi. Drama terdiri dari dialog-dialog percakapan yang menggambarkan cerita kehidupan manusia sehari-hari. Masalah-masalah yang dikemukakan dalam suatu teks drama biasanya tidak terlepas dari segi sosial masyarakat dalam hubungannya manusia dengan manusia lainnya.

Dalam perkembangannya, drama tidak hanya sekedar dipertunjukkan di atas panggung saja, tetapi juga dikembangkan juga dalam berbagai bentuk seperti sinetron, film, sandiwara radio dan sebagainya. Di Jepang, istilah drama dikenal dengan sebutan *dorama* (ドラマ). Drama Jepang atau *dorama* merupakan salah satu tayangan utama yang muncul di hampir seluruh stasiun televisi di Jepang dengan berbagai variasi genre seperti kehidupan sekolah, kehidupan keluarga, komedi, romantis, misteri, sejarah dan lain-lain. Cerita yang terkadung dalam drama Jepang biasanya diadaptasikan dari sebuah novel atau manga. Dengan adanya perkembangan teknologi, penikmat drama Jepang pun semakin banyak karena dapat mudah dijangkau melalui jaringan internet. Dengan meningkatnya popularitas pada drama Jepang, saat ini drama Jepang merupakan drama yang dapat meraih rating cukup baik diantara drama-drama asal negara lainnya sehingga menjadi salah satu hiburan yang banyak disukai oleh masyarakat dibelahan dunia khususnya di Indonesia.

Salah satu drama Jepang yang mendapat rating cukup baik bagi kalangan masyarakat dunia yaitu, drama “*Ichi Rittoru no Namida*” karya Satoko Kashikawa. Genre dari drama ini merupakan drama keluarga, yang diadaptasikan dari kisah nyata tentang perjuangan seorang anak perempuan yang menderita penyakit langka yaitu *Spinocerebellar Degeneration*, penyakit sistem syaraf yang tidak dapat disembuhkan. Drama tersebut juga memiliki rating yang cukup tinggi dari penonton yang mana menurut Imdb 8.6/10 sehingga drama ini menjadi salah satu drama yang populer di Jepang hingga Internasional termasuk Indonesia. Di Indonesia drama ini telah dibuat kembali menjadi sebuah sinetron Buku Harian Nayla yang ditayangkan pada tahun 2005. Peneliti tertarik memilih drama Jepang ini sebagai objek penelitian, karena dalam drama tersebut banyak dapat memberikan gambaran sosial budaya kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang. Selain itu, alasan peneliti memilih drama tersebut juga karena didalamnya terdapat banyak tindak tutur persuasif yang muncul dalam percakapan antar tokoh seperti antar teman sebaya maupun dengan orang yang memiliki tingkat sosial lebih tinggi. Berdasarkan permasalahan di atas maka dalam penelitian ini peneliti memiliki ketertarikan untuk menganalisis lebih dalam mengenai tindak tutur persuasif yang berfokus pada bentuk ungkapan (*hyougen*) yang digunakan, penggunaan teknik serta strategi tindak tutur persuasif yang terdapat dalam drama series Jepang yang berjudul *Ichi Rittoru no Namida*.

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada ungkapan persuasif yang muncul dalam drama series keluarga *Ichi Rittoru no Namida*. Adapun subfokus pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Hyougen* yang digunakan pada ungkapan persuasif dalam drama *Ichi Rittoru no Namida*
2. Teknik persuasif yang digunakan dalam drama *Ichi Rittoru no Namida*
3. Strategi ungkapan persuasif yang muncul dalam drama *Ichi Rittoru no Namida*

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas dapat diketahui pokok permasalahan yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. *Hyougen* apa sajakah yang digunakan pada ungkapan persuasif dalam drama *Ichi Rittoru no Namida*?
2. Teknik apa sajakah yang digunakan pada ungkapan persuasif dalam drama *Ichi Rittoru no Namida*?
3. Bagaimanakah strategi yang digunakan pada ungkapan persuasif dalam drama *Ichi Rittoru no Namida*?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah bahasa Jepang dalam bidang pragma-linguistik khususnya pada topik tindak tutur persuasif.
2. Secara praktis manfaat penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:
 - a. Bagi Pengajar

Dengan adanya penelitian mengenai strategi serta penggunaan modifikasi bahasa pada tindak tutur persuasif ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi dosen bahasa Jepang dalam berbagai mata kuliah kebahasaan seperti *kaiwa* (percakapan) serta mata kuliah linguistik umum khususnya bidang pragmatik mengenai tindak tutur persuasif.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan baru bagi para mahasiswa bahasa Jepang khususnya dalam mengenai bentuk *hyougen*, teknik serta strategi kebahasaan yang sesuai dalam menuturkan ungkapan persuasif terhadap orang lain khususnya pada penutur Jepang.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan pembaca yang memiliki minat dalam bidang pragmatik khususnya mengenai kajian tindak tutur bahasa Jepang, serta berguna sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya supaya bisa melakukan penelitian lebih lanjut mengenai tindak tutur persuasif bahasa Jepang.