

ABSTRAK

PENGUNAAN BAHASA PERSUASI PADA IKLAN KOMERSIAL DI TELEVISI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP

Oleh

Fatia Maulina

Permasalahan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana penggunaan bahasa persuasi pada iklan komersial di televisi dan implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan penggunaan bahasa persuasi pada iklan komersial di televisi dan implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data mengacu pada metode eklektik yang menggabungkan beberapa pendapat ahli sebagai pedoman penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam iklan komersial di televisi terdapat bahasa persuasi berupa ajakan, anjuran atau saran, perintah, dan penegasan.

Persuasi dapat pula dilihat dari segi penggunaan tinggi-rendah nada atau intonasi dan tekanan. Hasil dari penelitian ini dapat diimplikasikan sebagai bahan ajar dan

media pembelajaran guru dalam membelajarkan materi pola penyajian dan kebahasaan iklan, slogan atau poster pada kelas VIII semester ganjil, yaitu terdapat pada Kompetensi Inti 3, Kompetensi Dasar 3.4 “Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar” kurikulum 2013 revisi tahun 2017 pelajaran Bahasa Indonesia.

Kata kunci : bahasa persuasi, iklan, bahan dan media pembelajaran.