

ABSTRAK

TEKNIK PERSUASIF IKLAN KOMERSIAL PADA MEDIA TELEVISI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP

Oleh

ELSA TRIANA

Masalah penelitian ini adalah bagaimanakah teknik-teknik wacana persuasif yang digunakan dalam media televisi dan implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama (SMP). Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan teknik-teknik wacana persuasif yang digunakan pada iklan komersial di media televisi dan mendeskripsikan implikasi terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP kelas VII.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah semua kata-kata dan kalimat serta tindakan yang mengandung kalimat teknik persuasif. Teknik pengumpulan dan analisis dalam penelitian ini yaitu teknik dokumentasi, teknik simak dan teknik catat dengan beberapa langkah, yaitu (1) memilih iklan yang mengandung teknik-teknik persuasif, (2) membaca dan menyalin teks iklan, (3) membaca dan menandai teks, (4) mencatat dan mengelompokkan data, (5) menyimpulkan hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 93 iklan wacana teknik persuasif yaitu rasional 18 data, sugesti 19 data, kompensasi 20 data, konfirmatas 5 data, proyeksi 14 data, penggantian 17 data. Wacana teknik persuasif dalam iklan diimplikasikan pada pembelajaran di SMP pada mata pelajaran bahasa Indonesia pada kompetensi dasar 3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.4 Menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis.

Kata kunci: Wacana, iklan, persuasif, pembelajaran

ABSTRACT

PERSUASIVE TECHNIQUES OF COMMERCIAL ADVERTISING ON TELEVISION MEDIA AND ITS IMPLICATIONS FOR INDONESIAN LANGUAGE LEARNING IN JUNIOR HIGH SCHOOL

By

ELSA TRIANA

The problem of this research is how persuasive discourse techniques are used in television media and their implications for Indonesian language learning in junior high schools (SMP). The purpose of this study is to describe the persuasive discourse techniques used in commercial advertisements in television media and to describe the implications for Indonesian learning in junior high school grade VII.

The research method used is qualitative descriptive. The data in this study are all words and sentences and actions that contain persuasive technique sentences. The collection and analysis techniques in this study are documentation techniques, viewing techniques and recording techniques with several steps, namely (1) selecting advertisements that contain persuasive techniques, (2) reading and copying advertising text, (3) reading and marking text, (4) recording and grouping data, (5) concluding research results.

The results of the study showed that there were 93 persuasive technique discourse advertisements, namely rational 18 data, suggestion 19 data, compensation 20 data, certainty 5 data, projection 14 data, replacement 17 data. Persuasive technique discourse in advertising is implicated in learning in junior high school in Indonesian subjects in basic competencies 3.4 Examine the presentation patterns and language of advertising texts, slogans, or posters (which make them proud and motivate) from various sources read and heard and KD 4.4 Present ideas, messages, and invitations in the form of advertisements, slogans, or posters orally and in writing.

Keywords: *Discourse, advertising, persuasive, learning*