



## Ragam Bahasa Persuasif dalam Iklan Niaga di Facebook

**Khoen Eka Anthy Sunarto Adhy**  
Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia  
E-mail: [khoenekaanthy@gmail.com](mailto:khoenekaanthy@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-07-22 Revised: 2024-08-19 Published: 2024-09-03  <b>Keywords:</b> <i>Persuasive Language; Commercial Advertisements; Facebook Online Tours in Batu City; Sociolinguistics.</i>	Various persuasive language techniques are employed as communication strategies in transactions with the broader public. Therefore, this study uses sociolinguistic theory and discourse analysis to describe the types of persuasive language used in commercial advertisements on Facebook in terms of form, meaning, and context. The method employed is qualitative descriptive. The research data consists of words, phrases, or sentences containing persuasion in commercial advertisements. The data source for this study is commercial advertisements on the Facebook page Rombongan Online Kota Batu from October to November 2023. Data collection involved using observation techniques and recording screenshots from mobile phones, while content analysis was used as the data analysis method. The study found that commercial advertisements with persuasive language use rational techniques, suggestion techniques, identification techniques, compensation techniques, projection techniques, substitution techniques, and conformity techniques. Additionally, some advertisements employ a combination of two persuasive techniques, namely identification-rational and identification-suggestion techniques.
<b>Artikel Info</b> <b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-07-22 Direvisi: 2024-08-19 Dipublikasi: 2024-09-03  <b>Kata kunci:</b> <i>Bahasa Persuasif; Iklan Niaga; Facebook Rombongan Online Kota Batu; Sosiolinguistik.</i>	<b>Abstrak</b> Ragam bahasa persuasif digunakan sebagai strategi komunikasi dalam bertransaksi dengan masyarakat luas. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan teori sosiolinguistik dan analisis wacana, bertujuan mendeskripsikan ragam bahasa persuasif dalam iklan niaga di Facebook dalam hal bentuk, makna dan konteks. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Data penelitian berupa kata, frasa, atau kalimat yang mengandung persuasi dalam iklan niaga. Sumber data penelitian ini adalah iklan niaga di Facebook Rombongan Online Kota Batu selama bulan Oktober hingga November 2023. Proses pengumpulan data melibatkan penggunaan teknik observasi dan pencatatan dari hasil tangkapan layar ponsel, sementara analisis isi digunakan sebagai metode analisis data. Dari penelitian ini ditemukan hasil: iklan niaga dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional, teknik persuasi sugesti, teknik identifikasi, teknik kompensasi, teknik proyeksi, teknik penggantian, dan teknik konformitas. Ada juga beberapa iklan yang menggunakan perpaduan dua teknik persuasi, yaitu teknik identifikasi-rasional dan teknik identifikasi-persuasi sugesti.

### I. PENDAHULUAN

Berbagai bentuk media sosial mengandalkan bahasa sebagai alat utama interaksi penggunaannya. Pada media sosial, komunikasi dapat dilakukan melalui bahasa tulis. Bahasa tulis yang menjadi saluran utama komunikasi di media sosial, tidak hanya untuk berinteraksi antarpengguna, tetapi juga sebagai alat promosi yang efektif dalam bentuk teks iklan. Teks iklan tersebut dimanfaatkan untuk mengenalkan produk atau jasa kepada konsumen. Salah satu media sosial yang digunakan untuk memasang iklan adalah Facebook. Di Kota Batu terdapat beberapa akun Facebook yang dimanfaatkan untuk memasang iklan niaga. Pemasang iklan di Facebook dalam hal ini Rombongan Online Kota Batu, berasal dari berbagai kalangan, menggunakan beragam bahasa persuasif guna

mempromosikan barang/jasa kepada konsumen. Bahasa iklan seharusnya menggunakan ragam bahasa persuasif formal/nonformal yang mudah dipahami konsumen. Akan tetapi kenyataannya, bahasa iklan banyak yang menggunakan bahasa gaul, campur kode, atau bahasa alay yang sering kurang dapat dipahami oleh konsumen. Oleh sebab itu, perlu dikaji bahasa persuasif dalam iklan niaga di Facebook Rombongan Online Kota Batu agar dapat diketahui ragam bahasa persuasif yang digunakan dalam komunitas tersebut.

Kajian sosiolinguistik menjadi landasan utama dalam penelitian ini untuk menganalisis penggunaan bahasa persuasif dalam iklan niaga di Facebook. Menurut Sumarsono (2010: 1), sosiolinguistik berkaitan dengan ilmu sosiologi dan ilmu linguistik. Keterkaitan sosiolinguistik

dengan sosiologi dan linguistik sangat kuat. Bidang sosiologi menangani aspek kemasyarakatan, sementara bidang linguistik mengeksplorasi bahasa. Dengan demikian, sosiolinguistik menjadi studi tentang analisis bahasa yang terkait dengan struktur sosial masyarakat. Menurut Harimurti Kridalaksana (1993: 201) sosiolinguistik merupakan cabang kajian dalam ilmu linguistik yang menitikberatkan perhatiannya pada keterkaitan antara perilaku bahasa dan perilaku sosial.

Obhiwutun (2002: 46) menyampaikan bahwa sosiolinguistik ialah cabang ilmu linguistik yang secara spesifik mengamati dan memahami interaksi antara bahasa dan masyarakat. Dengan kata lain, dalam lingkup penelitiannya, sosiolinguistik mengeksplorasi cara masyarakat menggunakan dan berinteraksi dengan bahasa, tempat-tempat di mana bahasa diaplikasikan, struktur tingkat bahasa, konsekuensi dari adanya interaksi antara dua atau lebih bahasa, serta ragam dan perubahan dalam penggunaan bahasa seiring waktu. Sosiolinguistik juga bertujuan untuk menjelaskan varian cara berbicara dalam konteks sosial yang berbeda.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dalam penelitian ini berupa kata, frasa, atau kalimat yang memuat unsur persuasi. Data yang diambil dari Facebook Rombongan Online Kota Batu berjumlah 52 data. Namun, setelah dilakukan seleksi dan terjadi reduksi data, maka ada 45 data yang digunakan dan nantinya akan dianalisis. Sumber data penelitian ini adalah iklan niaga di Facebook Rombongan Online Kota Batu pada bulan Oktober-November 2023.

Dalam teknik pengumpulan data, digunakan tangkapan layar ponsel bersama dengan penerapan teknik catat. Metode yang diterapkan untuk menganalisis data adalah melalui analisis isi. Dalam analisis isi kualitatif, metode ini mengarah pada suatu pendekatan analisis yang menyeluruh dan integratif. Dari segi konseptual, metode ini didesain untuk menemukan, mengidentifikasi, serta menganalisis dokumen dengan fokus pada pemahaman makna, signifikansi, dan relevansi (Bungin, 2011: 203). Analisis data dilakukan secara induktif, artinya peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan data yang diambil dari media sosial Facebook Rombongan Online Kota Batu.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Rasional

Teknik rasional adalah teknik persuasi yang melibatkan penggunaan akal untuk memberikan dasar pembeneran pada suatu persoalan. Dalam hal ini, produsen menggunakan kalimat persuasi yang masuk akal untuk menjelaskan produk yang mereka tawarkan (Keraf, 2017). Teknik ini digunakan pada iklan-iklan berikut.

**Tabel 1.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Rasional

No.	Data	Struktur dan Teknik Persuasif	Keperluan Data (Piknik)
1	Data 1 "Keray gals, buat yang mau liburan cantik bisa liburan aja yah, mulai dari 40rb aja aja - spontanitas looo."	Kalimat dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahankan konsumen dengan menyebutkan harga dan bentuk
2	Data 2 "Siapa boleh Ready Setiap hari Open 11.00 siang - 07.00 malam"	Frasa dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahankan konsumen dengan menyebutkan kegiatan produk setiap hari (week 7) dan adanya waktu pelayanan yang jelas
3	Data 3 "ada travel murah BLUZZI OFFER 300 mulai kapanpun!! hihi, kemudi eris, mobilnya ayur barangnya murah 130 si ar, (kita) paksi nyah, anak kita yang mau"	Kalimat dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahakan kondisi dan merek barang, harga barang
4	Data 11 "sistemkualitas... Selo selayat seli dengan keadilan harusnya maupe gajek sel ya. Kanti siap makasin Delivery Order Ganti nganti loh. Atau yang mau pesan internet juga bisa banget loh untuk sewa koding (koding) nganti, gratis 10.000 aja 10 koding business plan. Penawaran bisa makasin. Via 0820021 atau datang ke outlet di Jl. Diponegoro No 113 Kota Batu. Dengan sistemkanti koi"	Kalimat dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahakan komitmen dengan menyebutkan kualitas yang akan diberikan pada konsumen - layanan personal - gratis biaya pengiriman - paket perawatan - menyamakan dengan kebutuhan target targetnya
5	Data 7 "Bantu banget teman barangkali mau pesan. Nanti bisa diantar. Peris bisa Original 73k, Original 1k, Rata 7k"	Frasa dan kalimat dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahakan konsumen dengan menyebutkan harga produk dan fasilitas yang akan diberikan pada konsumen, bisa melakukan pengantaran barang
6	Data 18 "Mangga di pulisi bozo las Yamaha. Rantai Kawasaki di samping rumah. ACES 2000 atau 2500 atau 3000 atau 4000 atau 5000 atau 6000 atau 7000 atau 8000 atau 9000 atau 10000 atau 11000 atau 12000 atau 13000 atau 14000 atau 15000 atau 16000 atau 17000 atau 18000 atau 19000 atau 20000 atau 21000 atau 22000 atau 23000 atau 24000 atau 25000 atau 26000 atau 27000 atau 28000 atau 29000 atau 30000 atau 31000 atau 32000 atau 33000 atau 34000 atau 35000 atau 36000 atau 37000 atau 38000 atau 39000 atau 40000 atau 41000 atau 42000 atau 43000 atau 44000 atau 45000 atau 46000 atau 47000 atau 48000 atau 49000 atau 50000 atau 51000 atau 52000 atau 53000 atau 54000 atau 55000 atau 56000 atau 57000 atau 58000 atau 59000 atau 60000 atau 61000 atau 62000 atau 63000 atau 64000 atau 65000 atau 66000 atau 67000 atau 68000 atau 69000 atau 70000 atau 71000 atau 72000 atau 73000 atau 74000 atau 75000 atau 76000 atau 77000 atau 78000 atau 79000 atau 80000 atau 81000 atau 82000 atau 83000 atau 84000 atau 85000 atau 86000 atau 87000 atau 88000 atau 89000 atau 90000 atau 91000 atau 92000 atau 93000 atau 94000 atau 95000 atau 96000 atau 97000 atau 98000 atau 99000 atau 100000"	Kalimat dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahakan komitmen dengan menyebutkan kualitas yang akan diberikan pada konsumen, bisa melakukan pengantaran barang
7	Data 18 "Ready Set Setiap Hari, Open 11.00 siang - 07.00 malam. Siap dikirin aja baru dan ready juga kita bisa makasin. Biar yang mau pesan bisa makasin. Via 0820021 atau datang ke outlet di Jl. Diponegoro No 113 Kota Batu. Dengan sistemkanti koi"	Frasa dan kalimat dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahakan komitmen dengan menyebutkan kualitas yang akan diberikan pada konsumen, bisa melakukan pengantaran barang
8	Data 27 "Siapa boleh Ready Setiap hari Open 11.00 siang - 07.00 malam. Siap dikirin aja baru dan ready juga kita bisa makasin. Biar yang mau pesan bisa makasin. Via 0820021 atau datang ke outlet di Jl. Diponegoro No 113 Kota Batu. Dengan sistemkanti koi"	Kalimat dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahakan komitmen dengan menyebutkan kualitas yang akan diberikan pada konsumen, bisa melakukan pengantaran barang
9	Data 26 "Yah... Boleh... Ready Set Setiap Hari, Open 11.00 siang - 07.00 malam. Siap dikirin aja baru dan ready juga kita bisa makasin. Biar yang mau pesan bisa makasin. Via 0820021 atau datang ke outlet di Jl. Diponegoro No 113 Kota Batu. Dengan sistemkanti koi"	Kalimat dan frasa dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahakan komitmen dengan menyebutkan kualitas yang akan diberikan pada konsumen, bisa melakukan pengantaran barang
10	Data 41 "Mangga di pulisi bozo las Yamaha. Rantai Kawasaki di samping rumah. ACES 2000 atau 2500 atau 3000 atau 4000 atau 5000 atau 6000 atau 7000 atau 8000 atau 9000 atau 10000 atau 11000 atau 12000 atau 13000 atau 14000 atau 15000 atau 16000 atau 17000 atau 18000 atau 19000 atau 20000 atau 21000 atau 22000 atau 23000 atau 24000 atau 25000 atau 26000 atau 27000 atau 28000 atau 29000 atau 30000 atau 31000 atau 32000 atau 33000 atau 34000 atau 35000 atau 36000 atau 37000 atau 38000 atau 39000 atau 40000 atau 41000 atau 42000 atau 43000 atau 44000 atau 45000 atau 46000 atau 47000 atau 48000 atau 49000 atau 50000 atau 51000 atau 52000 atau 53000 atau 54000 atau 55000 atau 56000 atau 57000 atau 58000 atau 59000 atau 60000 atau 61000 atau 62000 atau 63000 atau 64000 atau 65000 atau 66000 atau 67000 atau 68000 atau 69000 atau 70000 atau 71000 atau 72000 atau 73000 atau 74000 atau 75000 atau 76000 atau 77000 atau 78000 atau 79000 atau 80000 atau 81000 atau 82000 atau 83000 atau 84000 atau 85000 atau 86000 atau 87000 atau 88000 atau 89000 atau 90000 atau 91000 atau 92000 atau 93000 atau 94000 atau 95000 atau 96000 atau 97000 atau 98000 atau 99000 atau 100000"	Kalimat dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional	Mempertahakan komitmen dengan menyebutkan kualitas yang akan diberikan pada konsumen, bisa melakukan pengantaran barang

Bahasa persuasif dalam iklan dapat berwujud kata, misalnya: *ready* (Data 2, 18, dan 26). *Ready* (siap) menunjukkan bahwa penjual telah menyiapkan produk yang akan dijual dan siap untuk menjual produk tersebut pada pembeli. Kesiapan itu dan juga mempengaruhi pikiran pembaca kemudian mendorongnya untuk melakukan transaksi dengan penjual. Beberapa frasa yang digunakan, misalnya pada Data 2, yaitu *Ready Setiap hari dan Open 11.00 siang - 07.00 malam*. Pada data 18, digunakan frasa *Ready hp*, dan pada data 26, digunakan frasa *Ready nih*. Frasa lain misalnya *harga murmer aja* (Data 26), *nanti bisa diantar* (Data 12), *gratis ongkir*, *free ongkir* (Data 10 dan 43), *kredit juga bisa kok* (Data 18).

Teknik persuasi rasional digunakan oleh produsen atau penjual untuk mempersuasi konsumen dengan menyebutkan beberapa hal yang mendorong konsumen berpikir secara rasional tentang produk yang akan dibeli.

Misalnya keunggulan produk, lokasi, cara pemesanan, jaminan kualitas, bonus, dan fasilitas tertentu bagi konsumen. Pada Data 1 terdapat kalimat persuasi *nailart start 40rb an ajaaja + manicure looo*, secara rasional itu tentu menguntungkan konsumen karena selain harga yang ditawarkan murah juga ada bonus akan yang didapatkan. Pada Data 37, terdapat manfaat yang disarankan bila membeli yaitu bisa berinvestasi tinggi. Pada Data 13, sepeda motor yang dijual punya keunggulan *ss lengkap hidup mesin ALUSS sehat PLN on stater jreng body mulus2*, artinya surat-surat lengkap, mesin bagus, accu nyala, dan bodi sepeda motor tersebut juga bagus. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian sebelumnya (Nainggolan, dkk., 2019)

2. Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Persuasi Sugesti

Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti bertujuan membujuk atau mempengaruhi orang lain untuk menerima keyakinan atau pendirian tertentu tanpa memberikan dasar kepercayaan yang logis (Keraf, 2017). Berikut contoh iklan niaga yang persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti.

**Tabel 2.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Persuasi Sugesti

No.	Data	Bahasa dan Teknik Persuasi	Interpretasi Data (Makna)
1	Data 3: Nailart start ready for you. Tunggul beberapa persi saja. Tunggu a di pingin. Age on 200 tak, saat gya. 087711284272	Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti	Menghubungkan dengan konsumen bahwa tindakan yang mereka lakukan beberapa persi, sebagai pembeli harus segera mengambil keputusan bila tidak ingin kehabisan.
2	Data 13: Bicycle Motor Tunggul di luar barang obrolan...!! Barang baru no motor siap ester. Bisa dipaka...!! 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan bahwa produk yang dijual sangat modern dan dibuat, merupakan barang terbaik, yaitu barang baru, tanpa cacat. Selain itu, penjual memberikan fasilitas pengantaran barang.
3	Data 37: Mangga lak, yang udah leper dari pegasin makn enak tepak... rbat. Pemas Daa jany kalacanya, siap samawi dan DO 24 JAM. Mangga lak via link://ma... 081112441479	Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti	Menghubungkan dengan konsumen bahwa tindakan pembelian, kepraktisan, dan keleluasaan mesin, kepraktisan, dan keleluasaan mesin.
4	Data 11: Mangga lak, yang udah leper dari pegasin... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti	Menghubungkan dengan konsumen agar mereka ini informasi tentang apa yang dibutuhkan dalam iklan. Penjual secara tidak langsung memberi informasi dengan istilah teknis, yaitu kepraktisan mesin.
5	Data 17: Mangga lak, yang udah leper dari pegasin... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan bahwa produk yang dijual sangat modern dan dibuat, merupakan barang terbaik, yaitu barang baru, tanpa cacat. Selain itu, penjual memberikan fasilitas pengantaran barang.
6	Data 14: Pelayanan... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan bahwa produk yang dijual sangat modern dan dibuat, merupakan barang terbaik, yaitu barang baru, tanpa cacat. Selain itu, penjual memberikan fasilitas pengantaran barang.
7	Data 18: Mangga lak, yang udah leper dari pegasin... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan bahwa produk yang dijual sangat modern dan dibuat, merupakan barang terbaik, yaitu barang baru, tanpa cacat. Selain itu, penjual memberikan fasilitas pengantaran barang.
8	Data 19: Mangga lak, yang udah leper dari pegasin... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan bahwa produk yang dijual sangat modern dan dibuat, merupakan barang terbaik, yaitu barang baru, tanpa cacat. Selain itu, penjual memberikan fasilitas pengantaran barang.

Berdasarkan data yang telah dianalisis, bahasa persuasif menggunakan teknik persuasi sugesti ditandai dengan penyebutan batas waktu dan bonus tertentu bila memanfaatkan waktu yang telah ditetapkan oleh penjual, harga pada waktu tertentu, dan bonus tertentu, dengan memberi menekankan

tertentu agar konsumen segera mengambil keputusan. Pada Data 3 terdapat kalimat: *Tinggal beberapa persi saja. Yakin a GK pingin? Hal itu sama dengan Data 3: tinggal dikit barang obralan...!!!* Penjual menekankan bahwa produk yang tersedia tinggal sedikit, sehingga pembeli harus segera mengambil keputusan bila tidak ingin kehabisan. Pada data 9, sugesti pada konsumen dilakukan dengan memberikan jaminan kualitas pada konsumen, kepraktisan, dan keleluasaan waktu pemesanan, melalui kalimat: *pengen makan enak tapi gak ribet*, Pawon Don Juan solusinya, siap menerima *DO 24 JAM*.

Penggunaan kata-kata yang kuat, misalnya: *Promo besar-besaran, beli 2 gratis 1 bebas pilih yang dimau* (Data 24) juga mengandung bujukan yang kuat pada konsumen agar segera membeli produk tersebut. Pada data 39 terdapat kalimat *Ono Rego Ono Rupo* (ada harga ada wujud), termasuk frasa yang dapat mempersuasi konsumen karena menyatakan korelasi harga dan kualitas barang.

3. Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Kompensasi

Teknik kompensasi diartikan sebagai suatu tindakan atau hasil dari usaha untuk mencari pengganti atas hal yang tidak dapat diterima atau suatu sikap serta keadaan yang tidak dapat dipertahankan (Keraf, 2017). Berikut contoh iklan niaga yang persuasif menggunakan teknik persuasi kompensasi.

**Tabel 3.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Kompensasi

No.	Data	Bahasa dan Teknik Persuasi	Interpretasi Data (Makna)
1	Data 21: Analeksalokum... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik kompensasi	Mempersuasi konsumen dengan menjelaskan pengalaman dan keahlian yang dimiliki diwaktu dengan kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dari produk lain sejenis.
2	Data 20: Lau mau angkit apa mangga lak... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik kompensasi	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan bahwa produk yang dijual sangat modern dan dibuat, merupakan barang terbaik, yaitu barang baru, tanpa cacat. Selain itu, penjual memberikan fasilitas pengantaran barang.
3	Data 20: 2015 AP Sepeda motor... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik kompensasi	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan bahwa produk yang dijual sangat modern dan dibuat, merupakan barang terbaik, yaitu barang baru, tanpa cacat. Selain itu, penjual memberikan fasilitas pengantaran barang.
4	Data 20: Mangga lak, yang udah leper dari pegasin... 0812019409588	Bahasa persuasif menggunakan teknik kompensasi	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan bahwa produk yang dijual sangat modern dan dibuat, merupakan barang terbaik, yaitu barang baru, tanpa cacat. Selain itu, penjual memberikan fasilitas pengantaran barang.

Berdasarkan data yang telah dianalisis di atas, bahasa persuasif dalam iklan menggunakan teknik persuasi kompensasi. Teknik ini dilakukan dengan mempersuasi konsumen dengan menjelaskan pengalaman

dan keahlian yang dimiliki disertai dengan kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dari produk lain sejenis atau harga lebih murah/bersaing.

Pada Data 21 terdapat kalimat: Dengan pengalaman kami di bidang interior desain dan tukang kami yg ahli d bidangnya, menunjukkan bahwa produsen telah berpengalaman dan punya keahlian di bidang desain interior. Kalimat tersebut dapat mempengaruhi konsumen karena produsen lain belum tentu berpengalaman dan ahli di bidang tersebut. Pada Data 35 terdapat kalimat persuasi Ayo beli produk kami karena yang lain belum tentu berkualitas. Kalimat tersebut menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan lebih unggul atau lebih berkualitas daripada produk lain.

4. Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Penggantian

Teknik penggantian diartikan sebagai suatu proses yang berusaha menggantikan maksud dengan suatu maksud atau hal lain. Dengan menggunakan teknik persuasi ini, upaya dilakukan untuk meyakinkan konsumen agar mengalihkan perhatian dari suatu objek atau tujuan tertentu ke tujuan lain (Keraf, 2017). Berikut contoh iklan niaga yang persuasif menggunakan teknik penggantian.

**Tabel 4.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Penggantian

No.	Data	Bahasa dan Teknik Persuasif	Interpretasi Data (Makna)
1	Data 34: Monggo bapuk/ibu yang Tiroya belum bisa menerima siaran digital... tinggal pasang set top box. TV anda akan dapat menerima siaran tv kembali. Bisa dipasang di TV tabung, tanpa perlu koneksi internet. Bawa bunuh antena saja. Ready set top box harga 175.000. Sudah termasuk full 34 channel TV. Untuk lokasi baru dan sekiranya bisa diantar dan dipasangkan ke rumah. telp atau wa: 0853851366	Bahasa persuasif menggunakan teknik penggantian	Meyakinkan konsumen untuk mengalihkan sesuatu objek atau tujuan tertentu kepada suatu tujuan lain (membeli set top box tapi pembeli juga nantinya akan membeli antena kalau belum punya)

Berdasarkan data yang telah dianalisis di atas, bahasa persuasif dalam iklan menggunakan teknik persuasi penggantian. Pada Data 34, penjual meyakinkan konsumen agar mengalihkan perhatian dari suatu objek atau tujuan tertentu ke tujuan lain, yaitu membeli **set top box** tapi pembeli juga nantinya akan membeli antena (kalau belum punya).

5. Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Identifikasi

Teknik identifikasi digunakan untuk membujuk pembaca agar dapat mengidentifikasi dirinya dengan ciri-ciri atau tingkat pengetahuan yang disajikan dalam teks

(Keraf, 2017). Berikut contoh iklan niaga yang persuasif menggunakan teknik identifikasi.

**Tabel 5.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Identifikasi

No.	Data	Bahasa dan Teknik Persuasif	Interpretasi Data (Makna)
1	Data 27: Yakin nih badan gasan. dress sebagai iniloh. Model juga gk pasaran ya. Ld mulai 110-120cm	Bahasa persuasif menggunakan teknik identifikasi	Mempersuasi konsumen dengan menyebutkan target pembeli yaitu perempuan dengan ciri fisik tertentu
2	Data 40: Telah hadir!!! BACINDUL DAN DRINKY WAWRY DI foodcourt FASAR Baru Batu. Nongki di sini palang sekolah malayusa banget. Rek... Agedakan ya... BLOK 4 No.38 Escalator palang atas di sebelah barat	Bahasa persuasif menggunakan teknik identifikasi	Bahasa persuasif dengan teknik identifikasi ditandai dengan penentuan target konsumen yang dituju dengan ciri tertentu.

Berdasarkan data yang telah dianalisis di atas, bahasa persuasif dalam iklan menggunakan teknik identifikasi. Pada Data 27, konsumen dengan menyebutkan target pembeli yaitu perempuan dengan ciri fisik tertentu (dress sebagai iniloh, Ld 110-120 cm). Pada Data 40, konsumen menyebut Rek..., untuk diajak nongki<sup>2</sup> (nongkrong) sambil menikmati bacindul di pasar Baru Batu.

6. Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Proyeksi

Proyeksi adalah teknik persuasi yang bertujuan untuk mengubah suatu pandangan subjektif menjadi objektif, khususnya dalam konteks menawarkan produk dengan mengubah persepsi konsumen terhadap produk pesaing sejenis (Keraf, 2017). Berikut contoh iklan niaga yang persuasif menggunakan teknik proyeksi.

**Tabel 6.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Proyeksi

No.	Data	Bahasa dan Teknik Persuasif	Interpretasi Data (Makna)
1	Data 44: Toko gratis jemblah ternarah legenda sejak thn 78. Area singoran in raya adawang... utera lekutan/actu... selain pabrik baik, tolo leo sakan... monggo mangap untuk awa terdapat gakan celaha ngantari pelayanan baru	Bahasa persuasif menggunakan teknik proyeksi	Mempersuasi konsumen dengan cara menjadikan sesuatu yang tadinya subjektif menjadi objektif dengan memberikan rincian tahun pendirian tempat penjualan, kepastian persaingan harga, dan telah dikenal oleh masyarakat luas (legenda)
2	Data 45: UD Aragerah (Home Industry) Menawarkan pemesanan berbagai macam: SOFA SPRING BED KASUR LANTAI ALAMATI Di Dukuharjo Kec. Mojoagung. Kab Jombang Happy Shipping: Bebas request modal Bebas request ukuran Bebas request ukuran Bebas request bahan kain & spun Bahan2 Spun yellow Rangka kayu jati dan kempur Bata pendoro halus. Morden, Over di Menawarkan pir dan barat	Bahasa persuasif menggunakan teknik proyeksi	Mempersuasi konsumen dengan cara menjadikan sesuatu yang tadinya subjektif menjadi objektif dengan memberikan rincian bahan yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk, dan kelebihan konsumen dalam memesan kualitas produk yang diinginkan.

Berdasarkan data yang telah dianalisis di atas, bahasa persuasif dalam iklan menggunakan teknik persuasi penggantian. Pada Data 34, produsen mempersuasi konsumen dengan cara menjadikan sesuatu yang tadinya subjektif menjadi objektif dengan memberikan rincian tahun pendirian tempat penjualan, kepastian persaingan harga, dan telah dikenal oleh masyarakat luas (legenda)

dengan kalimat: Toko grosir sembako termurah legenda sejak thn 78. Kata legenda digunakan untuk meyakinkan pembeli tentang jaminan produk dan pelayanan yang diberikan.

Pada Data 45, produsen memengaruhi konsumen dengan cara menjadikan sesuatu yang tadinya subjektif menjadi objektif dengan memberikan rincian bahan yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk, dan keleluasaan konsumen dalam menentukan kualitas produk yang diinginkan. Kalimat bebas request model bebas request warna dan rincian bahan2: spon yellow, rangka kayu jati dan kamper, kain pandora, akan mempengaruhi pikiran konsumen bahwa dengan keleluasaan yang diberikan, maka produk yang dihasilkan menjadi sesuai dan objektif.

7. Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Konformitas

Konformitas adalah persesuaian dengan sesuatu, atau suatu dorongan atau tindakan untuk menyamakan diri dengan sesuatu hal yang lain (Keraf, 2017). Berikut contoh iklan niaga yang persuasif menggunakan teknik konformitas.

**Tabel 7.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik Konformitas

No.	Data	Bentuk dan Teknik Persuasi	Interpretasi Data (Makna)
1.	Data 45: Mesin cuci Electrolux L.1860 Kapasitas 7 kg Normal & otomatis Bodi utuh, mesin handal bergaransi WA 082745112000	Bahasa persuasif menggunakan teknik konformitas	Mempengaruhi konsumen dengan penyediaan persesuaian antara harga, kapasitas, keandalan produk, dan garansi yang diberikan.

Berdasarkan data yang telah dianalisis di atas, bahasa persuasif dalam iklan menggunakan teknik persuasi konformitas. Konformitas adalah persesuaian; kecocokan. Pada Data 45, produsen konsumen dengan menyebutkan persesuaian antara harga, kapasitas, keandalan produk, dan garansi yang diberikan. Mesin cuci merek Electrolux harga 1.350.000 dengan kapasitas 7 kg, normal & otomatis, bodi utuh, mesin handal, dan bergaransi.

**Tabel 8.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik identifikasi dan Persuasi Sugesti

No.	Data	Bentuk dan Teknik Persuasi	Interpretasi Data (Makna)
1.	Data 41: PROMO SPESIAL SOFT OPENING Buat kalian Anak Malang @wagotreak aila Promo spesial reb, yaitu setiap pembelian susu anak all varian free lemon tea berlaku terbatas yaaaa!! Harga susu mulai 12k aja dan ADA KIDULAM REANG ANAK JUGA FREE...!Pakanya buat susu anak Malang siap-siap yaaaa...Mingggu depan!!	Bahasa persuasif menggunakan teknik identifikasi dan persuasi sugesti	Bahasa persuasif dengan teknik identifikasi ditandai dengan penentuan target konsumen yang dituju dengan ciri tertentu. Bahasa persuasif dengan teknik persuasi sugesti ditandai dengan penyediaan waktu promo, fasilitas, bonus, dan harga yang terjangkau.

**Tabel 9.** Bahasa Persuasif Menggunakan Teknik identifikasi dan Teknik Rasional

No.	Data	Bentuk dan Teknik Persuasi	Interpretasi Data (Makna)
1.	Data 5: Hallo bunda bunda lagi jalan jalan ke kota Batu bareng si kecil... ya bingung mau bawa stroller dari rumah kayak ribet dan menakutkan tereng, bagasi mobil penuh, apa lagi yg harus ntarin, diah gk kebayang ya bun ribetnya. Tenang bunda sama aja sih stroller travelingnya di sini. Macam- macam, bisa pilih pilih. Yuk lihat...	Bahasa persuasif menggunakan teknik identifikasi dan teknik rasional	Bahasa persuasif dengan teknik identifikasi ditandai dengan penentuan target konsumen yang dituju dengan ciri tertentu. Bahasa persuasif dengan teknik rasional ditandai dengan menjelaskan alasan pertama mengapa produk yang ditawarkan.
2.	Data 32: Bismillahrahmanrahim Setelah perdek anak perempuan usia 1- 50 ya. Bahan dijamin adem Harga cuma 35ribuan siap kirim Bisa cod bayar di tempat Lok mall, pengiriman seluruh Indonesia. Minat 089505391000	Bahasa persuasif menggunakan teknik identifikasi dan teknik rasional	Bahasa persuasif dengan teknik identifikasi ditandai dengan penentuan target konsumen yang dituju dengan ciri tertentu. Bahasa persuasif dengan teknik rasional ditandai dengan penyediaan keunggulan produk, harga produk, kemudahan cara bayar, lokasi, dan daya jangkau pengiriman yang luas.
3.	Data 42: Setelah anak import, bahan sesuai ya bun. Motif dan model super cantik dan cakep... Fast respon WA 0888340000	Bahasa persuasif menggunakan teknik identifikasi dan rasional	Bahasa persuasif dengan teknik identifikasi ditandai dengan penentuan target konsumen yang dituju dengan ciri tertentu. Bahasa persuasif dengan teknik rasional ditandai dengan penyediaan keunggulan produk, dan harga produk

Pada tabel 8 dan 9, terdapat penggunaan bahasa persuasif dengan perpaduan teknik identifikasi-persuasi sugesti dan teknik identifikasi-rasional. Perpaduan teknik persuasi tersebut digunakan untuk menentukan target konsumen dengan ciri tertentu sekaligus menyebutkan waktu promo, fasilitas, bonus, dan harga yang terjangkau agar konsumen yang dituju berminat untuk mencoba produk yang ditawarkan.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan 45 data yang telah dianalisis dari iklan niaga di Facebook Rombongan Online Kota Batu pada bulan Oktober-November 2023, didapatkan iklan niaga dengan bahasa persuasif menggunakan teknik rasional sebanyak 19 data, teknik persuasi sugesti sebanyak 9 data; teknik identifikasi, teknik kompensasi, teknik proyeksi, teknik penggantian masing-masing sebanyak 2 data, dan teknik konformitas sebanyak 1 data. Ada juga beberapa iklan yang menggunakan perpaduan dua teknik persuasi, yaitu teknik identifikasi dan rasional sebanyak 3 data serta teknik identifikasi dan persuasi sugesti sebanyak 1 data. Makna penggunaan bahasa persuasi dengan beragam teknik persuasi adalah untuk mempengaruhi dan membujuk konsumen agar membeli produk yang diiklankan.

## **B. Saran**

Berdasarkan analisis terhadap 45 data iklan niaga di Facebook Rombongan Online Kota Batu pada bulan Oktober-November 2023, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Mengingat dominasi teknik rasional dan sugesti, disarankan untuk melakukan analisis yang lebih mendalam mengenai efektivitas masing-masing teknik dalam mempengaruhi keputusan konsumen, guna memperoleh wawasan lebih lanjut mengenai preferensi konsumen terhadap berbagai teknik persuasi. Selain itu, karena beberapa iklan menggunakan kombinasi teknik persuasi seperti identifikasi-rasional dan identifikasi-sugesti, penting untuk meneliti bagaimana kombinasi teknik ini mempengaruhi efektivitas iklan. Penelitian lebih lanjut dapat mengungkap apakah penggunaan teknik kombinasi lebih efektif dibandingkan dengan teknik individu. Untuk memperoleh hasil yang lebih representatif, perluasan jumlah data dan periode penelitian juga disarankan. Temuan dari penelitian ini sebaiknya digunakan untuk merancang strategi iklan yang lebih efektif, dengan fokus pada teknik yang terbukti paling berhasil, seperti teknik rasional jika terbukti paling efektif. Terakhir, evaluasi terhadap dampak psikologis dan perilaku dari teknik persuasi yang digunakan pada konsumen akan membantu dalam memahami pengaruh iklan terhadap perilaku pembelian dan keputusan konsumen. Dengan mengikuti saran-saran ini, penelitian dapat memberikan informasi yang lebih mendalam dan berguna untuk pengembangan strategi iklan di platform media sosial seperti Facebook.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Keraf, Gorys. (2017). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, Harimurti. (1993). *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia.
- Nainggolan, dkk. (2019). *Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Iklan Niaga Bergambar Pada Surat Kabar Serambi Indonesia Tahun 2019*. *Jurnal Samudra Bahasa*.
- Obhiwutun, Paul. (2002). *Sosiolinguistik: Memahami Bahasa dalam Konteks Masyarakat Dan Kebudayaan*. Visipro.
- Rani, Abdul, et al. 2004. *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa Dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia.
- Rochayah dan Misbach Jamil (Penerjemah). (1995). *Sosiolinguistik*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Safitri, Novie dan Andik Yulianto. (2021). *Variasi Bahasa dalam Iklan Provider By.U. Bapala Volume 8 Nomor 04 Tahun 2021*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/40722>
- Suhadi, Basuki. (2009). *Pedoman Penelitian Sosiolinguistik*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Sulistyaningsih, Tri. (2008). *Diksi dalam Wacana Iklan Berbahasa Indonesia*. *Jurnal Sositologi*, Edisi 15.