

ABSTRAK

Amalia, Linda. 2025. “Analisis Persuasif Wacana Iklan pada Media Sosial dan Relevansinya sebagai Stimulus Pembelajaran Teks Iklan Kelas VIII SMP”. Skripsi. Purwokerto. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan teknik persuasif dalam wacana iklan di media sosial serta mengeksplorasi relevansinya sebagai stimulus pembelajaran teks iklan kelas VIII SMP. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemanfaatan media sosial yang dekat dengan keseharian peserta didik, namun belum dioptimalkan sebagai bahan ajar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konten terhadap iklan media sosial Instagram, YouTube, dan TikTok dengan pendekatan pragmatik. Objek penelitian mencakup tiga akun *influencer*, dengan total dua puluh video, yaitu akun Raffi dan Nagita melalui akun Instagram @raffiangita1717, Ricis melalui kanal YouTube Ricis Official, dan Vilmei melalui akun TikTok @vilmeijuga. Pemilihan *influencer* didasarkan pada angket yang dibagikan kepada peserta didik kelas VIII sebelum penelitian dilakukan. Data diperoleh melalui teknik simak bebas libat cakap (SBLC), dilanjutkan dengan transkripsi wacana iklan dari media sosial, dokumentasi, penyebaran angket kepada peserta didik, dan wawancara dengan guru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan pada media sosial menggunakan teknik persuasif, dengan teknik rasionalisasi dan teknik sugesti sebagai teknik yang paling dominan. Selain itu, wacana iklan media sosial dari ketiga *influencer* tersebut relevan dijadikan stimulus pembelajaran karena memiliki struktur dan unsur kebahasaan yang sesuai dengan materi teks iklan di SMP. Temuan ini diharapkan dapat mendorong pendidik untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber belajar, serta meningkatkan minat serta pemahaman peserta didik terhadap teks iklan.

Kata kunci: wacana iklan, teknik persuasif, media sosial, stimulus pembelajaran, teks iklan

ABSTRACT

Amalia, Linda. 2025. "Persuasive Discourse Analysis of Advertisements on Social Media and Its Relevance as a Learning Stimulus for Advertisement Texts in Eighth Grade Junior High School." Thesis. Purwokerto: Faculty of Cultural Sciences, Universitas Jenderal Soedirman.

This study aims to describe the use of persuasive techniques in advertising discourse on social media and to explore its relevance as a learning stimulus for advertising text materials in Grade VIII of junior high school. The background of this research is the importance of utilizing social media, which is closely connected to students' daily lives, but has not been fully optimized as a learning resource. The method used in this study is content analysis of advertisements on the social media platforms Instagram, YouTube, and TikTok, using a pragmatic approach. The research objects include three influencer accounts with a total of twenty videos, namely Raffi and Nagita's Instagram account (@raffiangita1717), Ricis's YouTube channel (Ricis Official), and Vilmei's TikTok account (@vilmeijuga). The selection of these influencers was based on a questionnaire distributed to Grade VIII students before the study was conducted. Data were collected through the non-participant observation method (Simak Bebas Libat Cakap), followed by transcription of advertising discourse from social media, documentation, student questionnaires, and interviews with teachers. The results show that advertisements on social media apply persuasive techniques, with rationalization and suggestion being the most dominant techniques. In addition, the advertising discourse from the three influencers is relevant to be used as a learning stimulus because it contains structures and linguistic features that align with the advertising text material in junior high school. These findings are expected to encourage teachers to be more creative in using social media as a learning source and to increase students' interest and understanding of advertising texts.

Keywords: *advertising discourse, persuasive techniques, social media, learning stimulus, advertisement texts*