



PEMILIHAN KATA YANG MENARIK DAN UNIK PADA IKLAN APLIKASI SHOPEE: ANALISIS WACANA TEKS PERSUASIF

CHOICE OF INTERESTING AND UNIQUE WORDS IN SHOPEE APP ADVERTISEMENTS: PERSUASIVE TEXT DISCOURSE ANALYSIS

**Siti Fatimah Handayani Hsb¹, Rika Trinawati Sinaga², Candy Carobelli³,
Maria Aulia Pratama Sinaga⁴, Mustika Wati Siregar⁵**

^{1,2,3,4,5}Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan

Email: sitifatimahndyni@gmail.com, rikawatisinagabonor@gmail.com, candycarobelli@gmail.com,
sinagamaria778@gmail.com, mustika@unimed.ac.id

Article Info

Article history :

Received : 19-05-2024

Revised : 21-05-2024

Accepted : 23-05-2024

Published : 25-05-2024

Abstract

This research is motivated by one of the Shopee applications. Shopee is a marketing application that sells various necessities through advertising. The advertisement functions as a broad marketing tool so that the information can be penetrated to various worlds with an invitation or persuasive nature. The language style used can influence buyers to buy goods on Shopee. The data collection technique in this research is by using the observation method and listening method. The listening method used in this research means paying attention to the use of language in advertising discourse. Studies show that there are two ways advertisers can persuade potential consumers, namely: implicit persuasion and explicit persuasion.

Keywords : *Shopee advertising, discourse analysis, implicit and explicit persuasiveness*

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi dengan salah satu aplikasi shopee. Shopee sebagai salah satu aplikasi pemasaran yang menjual berbagai barang kebutuhan dengan secara iklan. Iklan tersebut berfungsi sebagai alat pemasaran luas agar informasi tersebut dapat ditembus ke berbagai dunia yang sifatnya ajakan atau persuasif. Gaya bahasa yang digunakan dapat memengaruhi pembeli untuk membeli barang di shopee. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode observasi dan metode menyimak. Metode menyimak yang dilakukan pada penelitian ini Artinya memperhatikan penggunaan bahasa dalam wacana periklanan. Studi menunjukkan bahwa ada dua cara pengiklan dapat membujuk calon konsumen, yaitu: persuasi implisit dan persuasi eksplisit.

Kata Kunci : *Iklan shopee, Analisis wacana, Persuasif Implisit dan Eksplisit*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan medium yang penting bagi manusia. Dengan bahasa manusia dapat berinteraksi, bermasyarakat, dan bekerja sama dengan orang lain karena pada hakikatnya bahasa adalah alat komunikasi. Tanpa bahasa manusia tidak dapat berkomunikasi secara sempurna dalam penyampaian pesan. Penggunaan bahasa ini bertujuan untuk menyampaikan maksud serta beberapa tujuan lainnya dalam berkomunikasi. Penggunaan bahasa dalam menyampaikan atau mengutarakan isi pikiran dan perasaan manusia dapat dilakukan melalui dua cara yaitu secara lisan dan tulisan. Penggunaan bahasa lisan artinya ragam bahasa yang dipakai dalam berkomunikasi



secara langsung, sedangkan penggunaan bahasa tulisan artinya ragam bahasa yang digunakan sebagai sarana komunikasi secara tertulis, misalnya dalam mengiklankan suatu barang, produk ataupun jasa.

Bahasa dalam kehidupan sehari-hari mempunyai peranan yang sangat penting, yaitu sebagai alat komunikasi dan alat interaksi antarmanusia. Bahasa yang digunakan berupa bahasa lisan dan tulisan. Bahasa lisan berfungsi untuk menyampaikan informasi dari pembicara kepada pendengar, sedangkan bahasa tulisan untuk menyampaikan informasi dari penulis kepada pembaca. Selain berfungsi untuk menyampaikan informasi bahasa juga berfungsi sebagai media promosi. Persuasif adalah suatu komunikasi verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki oleh pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Karena tujuannya adalah agar pembaca atau pendengar melakukan sesuatu, maka persuasif dimasukkan pula dalam cara-cara untuk mengambil keputusan (Keraf, 2017). Sebagai salah satu jenis wacana, iklan merupakan sebuah model komunikasi yang khas, karena dengan kekhasannya tersebut membedakannya dengan bentuk komunikasi wacana tulis atau lisan yang lain. Iklan dibuat semenarik mungkin agar dapat mempengaruhi konsumen. Iklan sebagai sebuah wacana adalah sistem tanda yang dibentuk menurut kode-kode yang merefleksikan nilai-nilai tertentu, sikap, dan maksud tertentu. Sifat persuasi wacana iklan terdapat modus dan teknik tertentu untuk menarik perhatian khalayak agar membeli produk atau jasa yang diiklankan. Wacana iklan akan selalu menampilkan sisi positif dan lebih lebihkan produk atau jasa yang diiklankan. Produk atau jasa yang diiklankan seolah-olah sangat menguntungkan dan tidak ada celah di dalamnya.

Berdasarkan penggunaan media, iklan terdiri atas iklan media cetak, internet dan iklan media elektronik. Iklan yang disampaikan melalui radio, televisi, video dan film itu yang dinamakan iklan media elektronik. Maksud dari iklan media cetak adalah iklan yang disampaikan melalui media seperti surat kabar majalah, tabloid dan sebagainya (Sri Puji, 2017: 40). Pemilihan media yang tepat maka pesan yang akan disampaikan dapat dipahami oleh khalayak sasaran dengan jelas karena pemilihan media sangat penting untuk menarik konsumen. Pembahasan kali ini akan menganalisis iklan yang terdapat pada aplikasi yang terpasang di gawai, yakni online shop Shopee.

Shopee merupakan sebuah platform e-commerce yang mengalami pertumbuhan cepat di Asia Tenggara, digunakan untuk membeli dan menjual produk secara online. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta memfasilitasi pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Platform ini hadir dalam bentuk aplikasi mobile yang berbasis e-commerce untuk memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Fungsi dari aplikasi Shopee adalah sebagai pihak ketiga atau jasa penyalur antara penjual dan pembeli untuk bertransaksi. Hanya menggunakan gawai kita bisa berbelanja sesuka hati tanpa harus beranjak dari rumah untuk melakukan transaksi jual beli.

Kemenarikan yang terdapat pada Shopee, yakni aplikasi Shopee banyak memberikan promo pada barang yang dijual pada aplikasi tersebut. Promo yang diberikan seperti adanya promo gratis ongkos kirim, adanya cashback, adanya diskon dan lain sebagainya. Calon pembeli tentu saja akan tertarik berbelanja menggunakan aplikasi Shopee karena ada promo seperti itu. Aplikasi



Shopee juga terjamin keamanan berbelanja karena uang yang ditransfer oleh calon pembeli tidak langsung masuk ke dalam rekening penjual apabila barang belum sampai tujuan melainkan masih ditahan dulu oleh pihak aplikasi, jadi misalkan pihak penjual melakukan penipuan kemudian dari pihak pembeli bisa mengajukan pengambilan uang kembali.

Berdasarkan latar belakang di atas masalah yang akan dianalisis pada penelitian ini adalah bagaimana cara pengiklan memberi ajakan kepada calon konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan cara pengiklan mengajak calon pembeli agar tertarik dengan barang yang dijual melalui iklan yang ada di aplikasi Shopee melalui metode COD (Cek dulu baru bayar).

Salah satu bentuk wacana adalah wacana persuasif yang tergolong kedalam bentuk wacana berdasarkan cara dan tujuan pemaparannya. Wacana persuasi merupakan wacana yang bertujuan mempengaruhi pembaca untuk melakukan tindakan sesuai yang diharapkan penulis. Untuk mempengaruhi hal tersebut biasanya digunakan segala upaya yang memungkinkan sehingga mitra tutur terpengaruhi. Berdasarkan penjelasan mengenai wacana persuasi, menurut peneliti wacana persuasif bisa diartikan bahwa wacana persuasi adalah wacana yang bertujuan untuk mempengaruhi atau menarik minat pembaca melalui argumentasi argumentasi yang menarik sehingga mudah diterima oleh pembaca. Contoh wacana persuasif yang paling banyak dan sering kita temui adalah iklan dan kampanye.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori persuasi. Kata *to persuade* merupakan asal dari kata persuasi yang berarti membujuk atau meyakinkan. Roekomy 1992 berpendapat bahwa persuasi merupakan suatu kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi pendapat, sikap, dan tingkah laku seseorang atau orang banyak agar berpendapat, bersikap, dan bertingkah laku seperti yang diharapkan. Sependapat dengan (Keraf, 2017, p.118) yang menyatakan bahwa persuasif adalah suatu komunikasi verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki oleh pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Karena tujuannya adalah agar pembaca atau pendengar melakukan sesuatu, maka persuasif dimasukan pula dalam cara cara untuk mengambil keputusan.

Isi dari wacana ini adalah paparan yang berdaya bujuk atau pun yang berdaya imbau. Persuasi bertolak dari pendirian bahwa pikiran manusia dapat diubah. Tujuan wacana ini selalu mengubah pikiran orang lain agar menerima dan melakukan sesuatu sesuai yang diinginkan. Orientasi wacana persuasi berpacu pada waktu sekarang dan waktu yang akan datang. Wacana ini tidak berorientasi pada waktu lampau.

Penggunaan pemilihan kata untuk menyampaikan gagasan, ide kepada lawan bicarannya biasa disebut diksi. Gaya bahasa yang berstruktur gramatikal biasa juga termasuk diksi. Penutur menggunakan kata tersebut pada saat ingin bertutur baik secara langsung maupu tidak langsung dan dalam berkomunikasi sehari-hari penggunaan diksi sangat penting. Keraf dalam (Haryo, 2016: 10) Membahas tiga aspek utama kamus. Pertama, pemilihan kata atau kamus memuat makna kata yang digunakan untuk menyampaikan gagasan. Kedua, pilihan kata atau leksikon merupakan kemampuan membedakan secara tepat nuansa makna gagasan yang ingin disampaikan, serta menemukan bentuk kata yang sesuai dengan situasi. Ketiga, pemilihan kata yang benar dan tepat hanya mungkin dilakukan dengan menguasai kosa kata yang banyak. Frasa yang digunakan oleh untuk menyampaikan ide kepada lawan bicarannya. Gaya bahasa juga termasuk diksi yang



berstruktur gramatikal. Penutur menggunakan diksi pada saat akan bertutur baik secara langsung maupun tidak langsung dan saat berkomunikasi sehari-hari penggunaan diksi sangatlah penting.

Gaya bahasa dalam retorika biasa dikenal dengan istilah style. Penurunan kata style berasal dari kata latin stilus, yakni semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Keahlian dalam menggunakan alat ini dititikberatkan pada keahlian menulis indah, 3 maka style lalu berubah menjadi kemampuan dan keahlian untuk menulis dan mempergunakan kata-kata secara indah (Pebrianti, 2013:2). Masalah dari gaya bahasa atau style merupakan bagian dari diksi atau pilihan kata yang memperlumahkan cocok atau tidak penggunaan kata, frasa, atau klausa untuk menghadapi keadaan tertentu..

Kajian Teori

1. Shopee

Shopee merupakan salah satu marketplace dengan peringkat teratas pada tahun 2017 di antara e-commerce di Indonesia. Shopee Marketplace pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan telah memperluas jangkauan bisnisnya ke negara-negara seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Marketplace shopee adalah perusahaan yang berbasis di Singapura yang berkontribusi terhadap pertumbuhan pasar Asia Tenggara sebagai pendatang baru dalam bisnis e-commerce di Indonesia. Shopee dapat menarik perhatian sebagian besar masyarakat Indonesia. Shopee adalah salah satu perusahaan e-commerce atau situs jual beli online dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Shopee didirikan oleh Chris Feng, salah satu mahasiswa PhD berprestasi di University of Singapore. Shopee pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 2015 dan pada tahun 2018 Shopee mencapai 1,5 juta transaksi dalam 2 jam. Ini memecahkan rekor baru untuk situs perdagangan online di Indonesia.

Meskipun tergolong sebagai situs jual beli online baru namun shopee mampu menyaingi situs jual beli online lainnya. Hal tersebut dikarenakan shopee mengedepankan strategi yang terbukti menjadikan shopee sangat maju. Adapun strategi yang shopee gunakan ialah sebagai berikut:.

- a. Dalam hal pemasaran, shopee memiliki teknik yang baik dengan mengikuti perkembangan zaman sekarang atau yang biasa kita kenal dengan trend.
- b. Aplikasi shopee dibuat dalam bentuk website dan aplikasi mobile sehingga dapat diakses secara mudah.
- c. Shopee menawarkan promo berupa gratis ongkos pengiriman yang menjadi daya tarik utama dan berhasil menjadikan shopee sebagai situs belanja online terdepan.
- d. Harga produk yang ditawarkan sangat terjangkau, sebagai pembeli hal yang paling diperhatikan adalah harga dimana harga menjadi faktor utama dalam membeli suatu produk. Shopee menawarkan garansi harga termurah, dan uang kembali 2x lipat jika barang yang diterima tidak sesuai dengan harga. Hal tersebut membuat para pembeli tidak ragu untuk berbelanja di shopee karena harga produk-produk di shopee termurah dibanding situs jual beli online lainnya.



- e. Target pasar yang digunakan shopee sangat tepat yaitu perempuan, karena perempuan merupakan pengguna situs jual beli online yang sangat mendominasi. Oleh karena itu shopee lebih mengedepankan penjualan produk yang dibutuhkan oleh Perempuan

Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile yang memudahkan pengguna dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Sasaran pengguna Shopee adalah kalangan muda yang terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan gadget, termasuk kegiatan berbelanja. Shopee menawarkan berbagai kategori produk, termasuk fashion, perlengkapan rumah tangga, dan elektronik. Jenis produk yang ditawarkan meliputi pakaian, handphone dan aksesoris, komputer dan aksesoris, perawatan dan kesehatan, perlengkapan rumah, sepatu, tas, dan masih banyak lagi. Dalam hal pembayaran, Shopee menawarkan beberapa cara praktis, seperti kartu kredit/debit online, Indomart, transfer bank, dan pembayaran Kredivo. Pembayaran via transfer bank di Shopee sangat mudah karena ada aplikasi pengecekan otomatis, sehingga pembeli tidak perlu upload bukti transfer. Pembayaran Kredivo adalah kredit instan yang memberikan kemudahan untuk bayar dalam 30 hari tanpa bunga atau dengan fasilitas cicilan 3, 6, dan 12 bulan tanpa memerlukan kartu kredit. Shopee juga memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Kelebihan Shopee meliputi banyaknya kategori yang disediakan, respon website yang cepat, tampilannya simpel dan menarik, tersedia penjelasan spesifik barang, adanya pengiriman gratis tanpa ongkos kirim, dan adanya pilihan gratis ongkir. Kekurangan Shopee belum diketahui secara spesifik dalam sumber-sumber yang diberikan. Shopee telah mencapai 1,5 juta transaksi dalam 2 jam pada tahun 2018, memecahkan rekor baru untuk situs perdagangan online di Indonesia. Keunggulan Shopee sebagai situs jual beli yang menarik perhatian sebagian besar masyarakat Indonesia adalah kemampuan untuk menawarkan produk yang lengkap dan berbagai promo menarik serta penawaran diskon.

2. Wacana

Menurut Alwi (2003), wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan yang menghubungkan proposisi yang satu dengan lainnya dalam kesatuan makna. Deese (dalam Farhah Salsabil Yumna, 2023) mendefinisikan wacana sebagai seperangkat proposisi yang saling berhubungan untuk menghasilkan rasa kepaduan atau rasa kohesi bagi penyimak atau pembaca. Maingueneau 1993 mengidentifikasi delapan ciri penting wacana, termasuk subjek yang netral dan adanya hubungan dan pengaruh dari kekuatan sosial dalam masyarakat. Analisis wacana berarti analisis hubungan antara penggunaan bahasa dan konteks sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Norman Fairclough dalam konteks ideologi ketuhanan menunjukkan bagaimana wacana digunakan untuk mempengaruhi opini dan membangun identitas.

Analisis wacana juga digunakan untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa, serta memahami bagaimana wacana digunakan dalam berbagai konteks. Bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi itulah yang dinamakan wacana. Bahasa itu sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa unsur salah satunya unsur politik yang dapat menjadikannya sebuah wacana politik. Pakar bidang politik, melihat wacana sebagai strategi



politik penggunaan bahasa, karena bahasa merupakan aspek utama dari penggambaran suatu subjek.

Analisis wacana merupakan disiplin ilmu yang berusaha mengkaji penggunaan bahasa dalam tindak komunikasi. Seperti yang diungkapkan Stubbs yang menjelaskan bahwa analisis wacana adalah suatu kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk tulis maupun lisan. Analisis wacana mengkaji hubungan bahasa dengan konteks penggunaannya. Untuk memahami sebuah wacana perlu diperhatikan semua unsur yang terlibat dalam penggunaan bahasa tersebut.

Unsur yang terlibat dalam penggunaan bahasa ini disebut konteks dan koteks. Konteks mencakup segala hal yang ada dilingkungan penggunaan bahasa. Selanjutnya, koteks merupakan teks yang mendahului atau mengikuti sebuah teks. Dengan demikian, mengkaji wacana sangat bermanfaat dalam mengkaji makna bahasa dalam penggunaan yang sebenarnya.

3. Teks Persuasif

Teks persuasif adalah sebuah teks yang bertujuan untuk mengajak, menyuruh, atau membujuk pembacanya melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang disampaikan oleh penulis. Dalam analisis teks persuasif, para peneliti menggunakan berbagai teori dan metode untuk memahami bagaimana teks persuasif digunakan dalam masyarakat dan bagaimana makna disampaikan melalui teks persuasif. Beberapa teori yang digunakan meliputi teori pragmatik, teori strukturalisme, dan teori post strukturalisme.

Teori pragmatik memfokuskan pada bagaimana teks persuasif digunakan dalam interaksi sosial dan bagaimana makna disampaikan melalui konteks sosial dan budaya. Teori strukturalisme, sebaliknya, memfokuskan pada struktur internal teks persuasif dan bagaimana makna disampaikan melalui struktur tersebut. Teori post strukturalisme, yang lebih modern, memfokuskan pada bagaimana makna disampaikan melalui peran subjektif dan konteks historis dan budaya.

Analisis teks persuasif juga dilakukan untuk memahami bagaimana teks persuasif digunakan dalam berbagai konteks, seperti pendidikan, iklan, dan negosiasi. Dalam pendidikan, teks persuasif digunakan untuk membujuk siswa melakukan sesuatu yang dikehendaki oleh guru. Dalam iklan, teks persuasif digunakan untuk membujuk konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam negosiasi, teks persuasif digunakan untuk membujuk pihak lain melakukan sesuatu yang dikehendaki oleh penulis. Kaidah kebahasaan teks persuasif juga dipertimbangkan, termasuk penggunaan kata ajakan dan bujukan, penggunaan kata-kata peristilahan yang sesuai dengan topik, penggunaan kata kerja mental, penggunaan kata penghubung argumentatif, dan penggunaan kata-kata rujukan. Ciri-ciri teks persuasif meliputi adanya ajakan, dorongan, dan bujukan yang dimaksudkan untuk mengikuti perintah atau keinginan penulis. Teks persuasi juga harus dapat mempengaruhi pembacanya, berpendirian bahwa pikiran manusia dapat diubah, harus menyesuaikan isi antar penulis dan pembaca,



sebisa mungkin isi teks tidak menimbulkan konflik, dan terakhir teks persuasi harus didukung oleh fakta dan data.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode penelitian kualitatif. Peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan bertugas untuk meneliti objek yang akan dianalisis. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan dalam keadaan wajar (natural setting) dan pengumpulan data bersifat kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi atau metode simak, yakni menyimak bahasa yang digunakan dalam wacana iklan. Langkah selanjutnya peneliti melakukan screenshot atau tangkapan layar pada gawai. Kegiatan tersebut dilakukan untuk mengambil gambar yang telah diamati.

Sumber data dalam penelitian ini berupa potongan wacana iklan pada aplikasi online shop yaitu shopee. Data dalam penelitian ini bersumber dari iklan online pada aplikasi Shopee. Data berupa kalimat dengan pilihan kata yang menarik dan unik untuk pembeli. Data dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian. Analisis data digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif. Analisis interaktif pada dasarnya mengaitkan tiga rangkaian, yakni Pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Komponen Hasil penelitian yang ditemukan berdasarkan cara pengiklan mempersuasi calon konsumen, yakni menggunakan persuasi secara implisit dan persuasi secara eksplisit.

1. Persuasi Secara Implisit

Implisit adalah menggambarkan hal-hal yang maknanya tersirat atau diisyaratkan, bukan diungkapkan secara langsung.

a. Iklan Tumbler



Iklan tumbler di atas mempersuasi calon konsumennya dengan diksi Viral dan Unik karena tumbler yang berbentuk baygon seperti gambar di atas memang tergolong



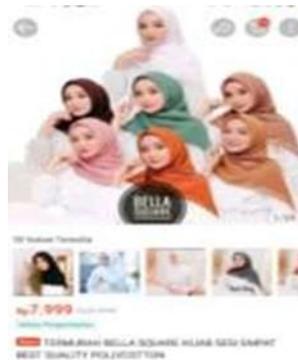
unik sehinggamembuat barang tersebut menjadi viral dan ini merupakan peluang untuk menarik para calon konsumen. Pemilihan kalimat yang digunakan pada iklan di atas, yaitu “Tumbler Thermos Baygon Kapasitas 400ML Viral dan Unik Untuk Kado Gift”. Iklan di atas menginformasikan bahwa tumbler tersebut merupakan tumbler yang viral karena bentuknya yang unik. Pengiklan menggunakan diksi persuasi tersebut dengan tujuan untuk menarik perhatian dan minat beli para calon konsumen.

b. Iklan Celana Pendek Anak



Iklan celana pendek anak di atas mempersuasi calon konsumen dengan cara memberikan kata Diskon. Pengiklan memberikan diskon dari harga asli Rp 75.000 menjadi Rp 62.500. Pemilihan kalimat pada iklan tersebut adalah “Diskon Akhir Tahun!! Celana Pendek Chinos Anak 75RB Dapat 7 Pcs/Celana Pendek Anak”. Iklan ini mempersuasikan bahwa sedang diadakan diskon akhir tahun pada toko mereka sehingga mereka membuat diskon untuk menghabiskan stock barang di akhir tahun dengan tujuan untuk menarik para calon konsumen agar membeli barang mereka yang terkesan memiliki harga murah.

c. Iklan Jilbab



Persuasi yang terdapat pada iklan di atas adalah kata murah kata tersebut dapat menjadidaya tarik untuk calon konsumen yang menanggapi bahwa barang yang akan dibeli itu berkualitas bagus dan berharga murah. Pemilihan kalimat yang terdapat pada iklan tersebut adalah “ Termurah Bella Square Hijab Segi Empat Best Quality Pollycotton”. Iklan tersebut mempersuasikan bahwa Jilbab tersebut adalah Jilbab best quality akan tetapi dijual dengan harga murah. Diksi tersebutlah yang dapat mempengaruhi calon konsumen agar tertarik untukmembeli jilbab tersebut.

d. Iklan Sepatu



Iklan sepatu di atas mempersuasi calon konsumen menggunakan beberapa kata, yaitu:Termurah, Diskon gede-gedean, dan Promo. Penjual memberikan diskon dari harga asli Rp 200.000 menjadi Rp120.000. Pemilihan kalimat yang digunakan pada iklan tersebut, yakni “Sepatu Nike Air Max 97 Rainbow, Original Termurah dengan Discon Gede-Gedean, Promo Kemerdekaan”. Iklan ini menginformasikan bahwa pada hari kemerdekaan sedang dilakukan diskon gede-gedean pada tokonya, hal ini bertujuan untuk menarik para calon konsumen agar membeli barang mereka yang terkesan



memiliki harga murah. Tidak hanya harga murah saja yang dipersuasikan akan tetapi pengiklan juga mempersuasikan kata beli dua sepatu akan mendapat diskon 10.000 untuk memikat daya tarik konsumen.

e. Iklan Free Gift



Free Gift adalah fenomena belanja dengan harga 1.000 dimana konsumen membeli sebuah barang dengan embel-embel akan mendapatkan hadiah setelah pembelian. Persuasi yang terdapat pada iklan Free Gift di atas menggunakan kalimat “(Hadiah Gratis) Free Tasbeeh Untuk Pembelian Mukena dan Sajadah”. Pengiklan menggunakan kalimat persuasi seperti itu bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk membeli produknya yaitu mukena dan sajadah dengan embel-embel konsumen berpeluang mendapatkan kejutan berupa hadiah gratis dengan membeli produk mereka dengan harga hanya 1.000 saja.

f. Iklan Parfum



Iklan gambar parfum di atas memiliki diksi yaitu Pemikat Wanita yang bertujuan untuk meyakinkan para konsumen yang memakai parfum ini dapat memikat wanita dari

aroma wangi parfum tersebut. Persuasi yang terdapat pada iklan parfum di atas menggunakan kalimat “Buy1 Get 1 Parfum Grey Rounge FuckBoy Pemikat Wanita – Frey Rouge Parfum Pria terlaris No.1”. Tidak hanya kata Pemikat Wanita saja yang dapat mempersuasi konsumen, terdapat juga kata Buy 1 Get 1 yang artinya beli 1 gratis 1 yang bertujuan untuk jika konsumen membeli satu parfum maka akan mendapat gratis 1 parfum lagi, hal ini yang dmenjadi memikat dayatarik konsumen untuk membelinya.

g. Iklan Baju Gamis



Iklan Gamis di atas memiliki diksi yang cukup menarik para konsumen yaitu Harga Bersahabat yang memiliki arti harga gamis tersebut dijual dengan harga yang pas di kantong semua kalangan atau murah. Persuasi yang terdapat pada iklan gamis di atas menggunakan kalimat “Gamis Twill Ori Terbaru Harga Bersahabat”. Pengiklan menggunakan kalimatpersuasi seperti itu bertujuan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang dijual denganharga yang murah tetapi barang yang terbaru.

h. Iklan Hand Body Lotion





Iklan hand Body lotion memiliki diksi yang dapat memikat calon konsumen yaitu pemutih badan permanen yang bertujuan untuk meyakinkan para konsumen bahwa produk yang dijual jika dipakai konsumen akan membuat badannya putih permanen. Pemilihan kalimat pada iklan tersebut adalah “Canzi Hand Body Lotion Pemutih Badan Permanen BPOM dan Halal Ori Tercepat”. Selain kata Pemutih badan permanen, kata BPOM dan Halal juga dapat mempersuasi calon konsumen, karena konsumen beranggapan bahwa hand body lotion ini selain dapat memutihkan badan secara permanen juga aman digunakan dalam jangka panjang karena sudah bersertifikasi BPOM dan Halal.

2. Persuasi Secara Eksplisit

Eksplisit adalah menggambarkan sesuatu yang diungkapkan secara langsung tanpa ada yang tersirat

a. Iklan Baju Sablon



Wacana iklan baju sablon di atas calon konsumen disarankan pengiklan secara langsung untuk memilih warna yang sesuai dengan selera konsumen. Data tersebut terdapat dalam kalimat “Kaos Sablon Custom Foto Gambar Suka Suka”. Kata Suka-suka digunakan karena memang produk baju tersebut memiliki beraneka macam warna sehingga calon konsumen dapat memilih warna sesuai dengan selera yang disukai dan juga dapat request gambar atau nama yang akan disablon di baju tersebut.



b. Iklan Hampers



Pengiklan mempersuasikan iklan kepada konsumen secara eksplisit. Hal itu terlihat dari pernyataan pengiklan yang ditandai dengan kalimat Beli hampers berhadiah cangkir. Pengiklan pada iklan ini menjanjikan kepada konsumen apabila konsumen membeli hampers yang berisitermos maka konsumen akan mendapatkan hadiah berupa cangkir. cangkir sendiri merupakan wadah yang digunakan untuk menyeduh minuman.

Pembahasan

Berikut ini disajikan tabel analisis wacana persuasif implisit dan persuasif eksplisit.

No	Jenis Iklan	Kata persuasif Implisit dan eksplisit	Tujuan
1	Iklan Tumbler	Iklan tumbler di atas mempersuasi calon konsumennya dengan diksi Viral dan Unik	Tumbler yang beragam bentuknya memang tergolong unik dan bahkan kadang ada bentuk yang jarang ditemui dan itu akan menjadi peluang untuk menarik perhatian para konsumen
2	Iklan Celana Pendek Anak	Pemilihan kata yang digunakan pada iklan celana pendek anak tersebut, yakni Diskon	Iklan ini mempersuasifkan bahwa produk tersebut sedang



			memberikan diskon dengan tujuan menarik perhatian pada pembeli.
3	Iklan Jilbab	Persuasi yang terdapat pada iklan Jilbab adalah kata Termurah	Persuasi tersebut dapat menjadi daya tarik untuk para konsumen yang menganggap bahwa barang yang akan mereka beli itu barang yang berkualitas dan pastinya yang termurah juga.
4	Iklan Sepatu	Pemilihan kata yang digunakan pada iklan Sepatu kaos tersebut, yakni Promo, Diskon, dan Termurah	Pemilihan kata promo itu bertujuan untuk menarik minat pembeli karena toko tersebut sedang ada promo dengan diskon gede-gedean bagi konsumen yang membeli produk.
5	Iklan Free Gift	Persuasi yang terdapat pada iklan free gift tersebut, yaitu pada kata Hadiah gratis	Pengiklan menggunakan kalimat persuasi seperti itu juga bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk dengan embel-embel



			akan memberikan hadiah gratis apabila konsumen tersebut beruntung.
6	Iklan Parfum	Persuasi yang digunakan pada iklan parfum tersebut untuk menarik minat calon pembeli menggunakan diksi Pemikat wanita	Pengiklan menyebutkan “pemikat wanita” artinya produk tersebut ditargetkan kepada konsumen khusus laki-laki yang apabila jika mereka membeli produk tersebut wanita akan terpicat dengan mereka melalui aroma parfum yang mereka gunakan.
7	Iklan Gamis	Diksi yang digunakan pada iklan gamis untuk mempersuasi calon konsumennya, yakni kata Harga bersahabat	Persuasi tersebut dapat menjadi daya tarik kepada para pembeli yang menganggap produk tersebut dijual dengan harga yang bersahabat(murah)
8	Iklan Hand Body Lotion	Kalimat persuasi yang digunakan pada iklan body lotion adalah Pemutih badan permanen dan halal ori	Penjual menginformasikan bahwa Hand Body Lotion yang mereka jual memiliki tingkat kelebihan yaitu



			dapat memutihkan secara permanen.
9	Iklan Baju Sablon	Diksi yang menarik pada pengiklanan baju sablon untuk mempersuasi calon konsumen adalah Gambar suka-suka	Kata “suka-suka” digunakan karena pada produk tersebut konsumen bebas memilih gambar pada baju yang akan di sablon.
10	Iklan Hampers	Persuasi yang disampaikan pengiklan Hampers tersebut ditandai dengan kalimat Set Hampers Free cangkir	Pengiklan pada iklan kali ini menginformasikan kepada konsumen apabila mereka membeli satu set Hampers mereka akan mendapatkan hadiah berupa Free Cangkir.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil analisis di atas terdapat dua cara untuk mempersuasi calon pembeli, yakni persuasi secara implisit dan persuasi secara eksplisit. Persuasi secara implisit berarti pengiklan tidak langsung mengarahkan calon konsumen membeli atau memilih barang. Persuasi secara eksplisit berarti pengiklan secara langsung mengarahkan calon konsumen untuk membeli atau memilih barang yang diiklankan. Kata-kata yang digunakan mengandung ajakan untuk calon konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ayubi, M. Z. (2023). Kemenarikan Pemilihan Kata Pada Iklan Online Shop Aplikasi Shopee Analisis Wacana Persuasi. *Journal on Education*, 17104-17114.
- Annisa Putri Ayudhitama, U. P. (2019). Analisis Kualitas dan Usabilitas Berdasarkan Persepsi Pada Website Shopee. *JIP (Jurnal Informatika Polinemo)*, 61-70.



Astuti, S. (2017). *Persuasif dalam Wacana Iklan* . Semarang : Nusa.

Farhah Salsabil Yumna, R. M. (2023). Penerapan Pembelajaran Teks Persuasif Menggunakan Model Kooperatif Student Team Achievement Division. *Parole Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 185-192.

Haryo Widyanto, N. (2016). Analisis Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Iklan Barang dan Iklan Jasa Koran Pontianak Post Edisi Oktober 2016 .

Keraf, G. (2017). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Meilan Rahmah Denny Lubis, Y. K. (2023). Peningkatan Keterampilan Menulis Teks Persuasif Melalui Model Pembelajaran Problem Based Learning Pada Siswa Kelas VII SMP Negeri 11 Medan . *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 119-125.

Muhammad Zukhruf Fikri Al Ayubi, H. S. (t.thn.). Kemerarikan Pemilihan Kata Pada Iklan Online Shop Aplikasi Shopee Analisis Wacana Persuasi. *Journal on Education*.

Pebriansyah, S. A. (2018). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi* , 565- 569.

Pebrianti, F. (2013). Penggunaan Diksi Pada Iklan Produk Unilever di Stasiun Televisi SCTV.

Yuli Sari, D. S. (2021). Analisis Wacana Persuasif Iklan Produk Kecantikan Pada Media Online Tribun Sumsel dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Didactique Bahasa Indonesia*, 59-68