



PENGGUNAAN BAHASA PERSUASIF PADA IKLAN SHOPEE SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KONSUMEN

SIPRIANUS KLAU

201661095

Bab 1. Pendahuluan

1. Latar Belakang

- Peran Bahasa
- Bahasa sebagai alat promosi
- Bahasa dalam media iklan
- Bahasa sebagai alat persuasif
- Bahasa persuasive yang digunakan dalam iklan Shopee

2. Pertanyaan Penelitian

- Bagaimana bahasa persuasif yang digunakan dalam iklan Shopee dan implikasi bahasa persuasif tersebut terhadap konsumen?

Pendahuluan

3. Tujuan Penelitian

- Mengkaji dan mengungkap bahasa persuasif yang digunakan dalam iklan Shopee
- Melihat dan mengungkap implikasi bahasa persuasif yang digunakan dalam iklan Shopee terhadap konsumen.

4. Manfaat Penelitian

- Menambah khazanah pengetahuan mengenai bahasa persuasif iklan Shopee.
- Sebagai referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di Universitas Papua serta rujukan penelitian mendatang

Pendahuluan

5. Ruang Lingkup Penelitian

- Iklan-iklan Shopee yang hanya diambil dari rentang waktu tertentu.
- Rentang waktu tersebut tidak disebutkan secara spesifik
- Analisis tidak akan mencakup elemen visual, seperti gambar atau video.
- implikasi terhadap konsumen akan didasarkan pada tanggapan dan reaksi umum terhadap iklan

Bab 2. Konsep & Landasan Teori

1. Landasan Teori

- Bahasa Persuasif (Keraf)
- Teknik Bahasa Persuasif
- Iklan Sebagai Bentuk Bahasa Persuasif (Mulyana (2005:64)
- Iklan (Widyatama, 2011:25)
- Shopee (Platform Shopee)
- Pengaruh Bahasa Persuasif pada Iklan Terhadap Konsumen

2. Tinjauan Pustaka

- Mirna Nur Azani Shicha (Bahasa persuasif dan Teknik Persuasif pada Iklan Kosmetik di Televisi)
- Nanda Apriana (Bahasa Persuasi dalam Iklan Marie Calaire Maison)
- Fatia Maulana (Penggunaan bahasa persuasif pada iklan komersial di televisi serta implikasinya terhadap pembelajaran bahasa)
- Rani Astutik (Analsisi ungkapan persuasif dalam iklan katalog oriflime edisi September dan okteber 2012)

Bab 2. Konsep & Landasan Teori

3. Kerangka Teori

- Penelitian ini mengambil iklan Shopee sebagai bahan penelitian untuk mencari tahu Teknik persuasif dan implikasi iklan terhadap konsumen
- Menggunakan teori bahasa persuasif dalam kajian linguistic sebagai pisau analisis
- Data yang ditemukan dipaparkan menggunakan metode deskriptif kualitatif
- Hasil penelitian

Bab 3. Metodologi Penelitian



Metode Penelitian:
Deskriptif Kualitatif



Sumber Data:
Studi Pustaka Aplikasi
dan website Shopee



Teknik Pengumpulan
Data:
Observasi/Pengamata
Dokumentasi



Teknik Analisis Data:
Reduksi Data
Penyajian Data
Penarikan Simpulan

Bab 4. Hasil dan Pembahasan

1. Teknik Persuasif

- Teknik Persuasif:
- Teknik Rasionalitas
- Teknik sugesti
- Teknik Konformitas
- Teknik Identifikasi
- Teknik Kompensasi
- Teknik Penggantian, dan
- Teknik Proyeksi.

2. Implikasi Terhadap Konsumen

- Peningkatan kesadaran produk,
- Peningkatan minat konsumen,
- Perubahan sikap konsumen,
- Pengaruh pada keputusan pembelian,
- Dampak kepada kepuasan konsumen,
- Pembentukan identitas konsumen,
- Pengaruh sosial dan norma,
- Respon emosional,
- Pengaruh pemrosesan informasi, dan
- Efek jangka panjang.

Bab 4. Hasil dan Pembahasan

3. Implikasi Terhadap Pembelajaran

- Pengenalan konsep pemasaran,
- Analisis pesan dan strategi komunikasi,
- Kritis dalam menilai iklan,
- Kreativitas dan pembuatan iklan, da
- Kesadaran terhadap konsekuensi konsumsi.

Bab 5. Simpulan



Penggunaan bahasa persuasif pada iklan Shopee memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumen. Bahasa persuasif dapat mempengaruhi persepsi dan sikap konsumen terhadap produk atau layanan yang diiklankan. Iklan-iklan Shopee didesain dengan tujuan untuk mempengaruhi konsumen secara emosional dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan tertentu, seperti melakukan pembelian atau menggunakan layanan tertentu.

Implikasi dari penggunaan bahasa persuasif dalam iklan dapat berdampak positif maupun negatif terhadap konsumen. Dampak positifnya adalah dapat meningkatkan kesadaran, minat, dan keinginan konsumen terhadap produk atau layanan. Namun, dampak negatifnya adalah kemungkinan adanya manipulasi informasi atau kesan yang tidak akurat.



Ketika kamu berlari, jangan
meremehkan mereka yang berjalan
sebab mereka juga sedang bergerak.”

- Siprianus Klau

The background features a diagonal split. The upper-left portion is light blue with thin, darker blue horizontal stripes. The lower-right portion is a solid dark blue. The text 'Terima Kasih' is centered in the dark blue area.

Terima Kasih