

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk Mendeskripsikan kalimat persuasif pada akun @TikTokshoplive.id. dan untuk Mendeskripsikan kesesuaian isi strategi komunikasi penjualan *online* di @TikTokshoplive.id. sebagai bahan ajar iklan di SMP. Penelitian ini berpijak pada teori kalimat persuasif dalam iklan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis, disajikan apa adanya tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti dan dibantu dengan tabel sederhana. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kepustakaan dan dokumentasi. Teknik yang digunakan yaitu Teknik simak dan catat. Data kalimat persuasif ajakan yang digunakan oleh para penjual *online* dikelompokkan menjadi empat yaitu: 1) penggunaan bahasa asing, 2) kalimat persuasif menumbuhkan rasa penasaran, 3) kalimat persuasif yang dicantumkan di bawah produk, 4) kalimat persuasif mengajak melalui bujukan. Data berupa kalimat dalam video diperoleh sebanyak 113 kalimat. Data dalam penelitian ini adalah bahasa tulis. Berdasarkan proses pengumpulan data dengan metode simak dan catat, diperoleh sebanyak 113 kalimat yang terbagi menjadi 24 data iklan di TikTok. Data 113 kalimat ini kemudian di tulis di kolom analisis data yang berisi nomor data, kalimat persuasif, penanda, dan pemaknaan. untuk memudahkan analisis data. Berdasarkan analisis data pada diperoleh bahwa 24 buah data yang dianalisis di atas termasuk ke dalam kalimat persuasif advertensi. Iklan dalam akun @TikTokshoplive.id memiliki struktur dan kaidah kebahasaan yang sesuai dengan kompetensi dasar pembelajaran teks iklan.

**Kata Kunci** : Iklan; Kalimat persuasif; Komunikasi: TikTok.



## ABSTRAC

The purpose of this study is to describe persuasive sentences on the @TikTokshoplive.id account. and to describe the suitability of the contents of the online sales communication strategy at @TikTokshoplive.id. as teaching materials for advertisements in junior high schools. This research is based on the theory of persuasive sentences in advertisements. This research is a qualitative descriptive research, which produces data in the form of written words, presented as is without any treatment of the object under study and assisted by simple tables. Data collection in this study was carried out using the method of literature and documentation. The technique used is the technique of observing and noting. Data on persuasive solicitation sentences used by online sellers are grouped into four, namely: 1) use of foreign languages, 2) persuasive sentences foster curiosity, 3) persuasive sentences listed under the product, 4) persuasive sentences solicit through persuasion. Data in the form of sentences in the video obtained as many as 113 sentences. The data in this study is written language. Based on the data collection process using the watch and note method, a total of 113 sentences were obtained which were divided into 24 advertising data on TikTok. The data for these 113 sentences is then written in the data analysis column which contains data numbers, persuasive sentences, markers, and meanings. to facilitate data analysis. Based on the analysis of the data, it was found that the 24 pieces of data analyzed above were included in persuasive advertising sentences. Ads in the @TikTokshoplive.id account have a structure and language rules that are in accordance with the basic competencies of learning ad text.

**Keywords:** Advertising; persuasive sentences; Communication: TikTok.

