

TEKNIK DAN GAYA BAHASA PERSUASIF *ENDORSEMENT* PADA AKUN INSTAGRAM *MENANTEA.TOKO*

Oleh

Luh Riasih, NIM 2011031027

Jurusan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan teknik dan gaya bahasa persuasif yang digunakan dalam konten *endorsement* pada akun Instagram *menantea.toko* serta menganalisis relevansinya terhadap pembelajaran teks persuasif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan dokumentasi untuk menganalisis 12 postingan yang dipilih secara purposif. Postingan tersebut mencakup berbagai kategori konten, seperti kuis, informasi produk, ulasan pelanggan, dan konten acak yang kreatif. Data dikumpulkan menggunakan kartu data, yang berfungsi untuk mencatat deskripsi konten, teknik persuasif, dan gaya bahasa yang digunakan. Teknik analisis data mengikuti model Miles dan Huberman, yang melibatkan langkah-langkah identifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik persuasif yang digunakan meliputi penyampaian informasi secara menarik, pemberian insentif dalam bentuk promosi, dan penggunaan ulasan autentik untuk membangun kepercayaan audiens. Gaya bahasa yang digunakan beragam, mulai dari gaya interaktif hingga gaya informal, yang dirancang untuk menarik perhatian sekaligus menciptakan hubungan emosional dengan pengikut akun. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi persuasif tersebut efektif dalam membangun interaksi dengan audiens sekaligus mendukung pembelajaran teks persuasif. Penerapan teknik dan gaya bahasa persuasif ini memberikan contoh kontekstual yang dapat digunakan sebagai bahan ajar untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap strategi komunikasi persuasif. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan metode pembelajaran berbasis media digital, yang tidak hanya relevan dengan kebutuhan siswa, tetapi juga memperkuat keterampilan analisis mereka dalam memahami teks persuasif.

Kata Kunci: teknik persuasif, gaya bahasa persuasif, Instagram, teks persuasif

PERSUASIVE ENDORSEMENT LANGUAGE TECHNIQUES AND STYLES ON MENANTEA'S INSTAGRAM ACCOUNT SHOP

By

Luh Riasih, NIM 2011031027

Department of Indonesian and Regional Literature

ABSTRACT

This study aims to describe the techniques and styles of persuasive language used in *endorsement* content on the *menantea.toko* Instagram account and analyze its relevance to persuasive text learning. This study uses a qualitative descriptive method with a documentation approach to analyze 12 purposively selected posts. The posts include different categories of content, such as quizzes, product information, customer reviews, and creative random content. Data is collected using data cards, which serve to record content descriptions, persuasive techniques, and language styles used. The data analysis technique follows the Miles and Huberman model, which involves the steps of data identification, data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study show that the persuasive techniques used include conveying information in an attractive way, providing incentives in the form of promotions, and using authentic reviews to build audience trust. The language styles used range from interactive to informal, designed to attract attention while creating an emotional connection with the account's followers. The findings of this study show that the persuasive strategy is effective in building interaction with the audience while supporting persuasive text learning. The application of persuasive language techniques and styles provides contextual examples that can be used as teaching materials to improve students' understanding of persuasive communication strategies. This research contributes to the development of digital media-based learning methods, which are not only relevant to the needs of students, but also strengthen their analytical skills in understanding persuasive texts.

Keywords: persuasive techniques, persuasive language styles, Instagram, persuasive texts