

Sofiyatin Fitriyah. 2021. *Analisis Wacana Persuasi dalam Kiriman Aplikasi Shopee pada Januari-Februari 2021*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Trunojoyo Madura. Pembimbing: Dr. Hani'ah, S.Pd.,M.Pd.

ABSTRAK

Media sosial atau internet kini menjadi salah satu alternatif untuk memengaruhi seseorang, khususnya dalam lingkup jual beli *online*. Shopee merupakan salah satu alternatif yang banyak digunakan seseorang untuk berbelanja *online* atau berjualan *online*. Shopee merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yaitu aplikasi berbelanja *online* yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk dapat berbelanja tanpa perlu keluar rumah. Oleh karena itu, Kiriman dalam aplikasi Shopee adalah salah satu objek menarik untuk dianalisis berdasarkan kajian wacana persuasif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan teknik persuasi dan pesan persuasi dari wacana dalam kiriman aplikasi Shopee pada Januari-Februari 2021. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini data dikumpulkan melalui metode noninteraksi dengan mempelajari berkas atau teks. Metode ini digunakan untuk menyatukan data-data berupa tulisan-tulisan yang berhubungan dengan wacana persuasi dalam kiriman aplikasi Shopee. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dalam kiriman aplikasi Shopee pada Januari-Februari 2021, Teknik persuasi yang paling banyak digunakan merupakan teknik sugesti karena teknik ini memiliki beberapa cara yang dilakukan dalam memengaruhi calon pembeli seperti memengaruhi calon pembeli tanpa memberikan kepercayaan yang logis dan menciptakan rangsangan/stimulus berupa diskon. Imbauan pesan persuasi yang banyak digunakan merupakan imbauan emosional karena penjual memanfaatkan emosi positif dari calon pembeli yaitu memengaruhi calon pembeli dengan menyentuh hati calon pembeli.

Kata kunci: wacana, wacana persuasi, shopee

Sofiyatin Fitriyah. 2021. *Analysis of Persuasive Discourse in Shopee Application Submissions in January-February 2021*. Thesis, Indonesian Language and Literature Education Study Program, Fakultas of Education, University of Trunojoyo Madura
Supervisor: Dr. Hani'ah, S.Pd.,M.Pd.

ABSTRACT

Social media or the internet is now an alternative to influence someone, especially in the sphere of online buying and selling. Shopee is an alternative that is widely used by someone to shop online or sell online. Shopee is one form of technological development, namely an online shopping application that makes it easy for the public to be able to shop without the need to leave the house. Therefore, Posts in the Shopee application are one of the interesting objects to be analyzed based on persuasive discourse studies. The purpose of this study is to describe persuasion techniques and persuasion messages from discourse in Shopee application submissions in January-February 2021. This study uses a qualitative descriptive method. In this study, data were collected through non-interaction methods by studying files or texts. This method is used to unify data in the form of writings related to persuasion discourse in Shopee application submissions. The results of the study show that in Shopee application submissions in January-February 2021, the most widely used persuasion technique is the suggestion technique because this technique has several ways to influence prospective buyers such as influencing prospective buyers without giving logical trust and creating stimuli. in the form of a discount. Persuasion messages that are widely used are emotional appeals because sellers take advantage of positive emotions from potential buyers, namely influencing potential buyers by touching the hearts of potential buyers.

Keywords: discourse, persuasion discourse, shopee