

Ulmi Apriyanti Putri¹
 Irwan Siagian²

WACANA PERSUASIF PADA POSTER IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI KOTA DEPOK DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA

Abstrak

Wacana persuasif pada poster iklan layanan Masyarakat di kota Depok yaitu dapat membantu memahami seberapa efektif kalimat yang disampaikan dalam mengubah sikap dan perilaku masyarakat. tujuannya adalah untuk mengidentifikasi ciri ciri bentuk wacana persuasif pada poster layanan masyarakat untuk memahami efektivitas elemen-elemen persuasif yang digunakan, seperti penggunaan gambar, teks, warna, dan slogan, dalam menyampaikan pesan yang diinginkan. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitatif dan Teknik yang digunakan yaitu teknik dokumentasi, teknik simak dan teknik catat. Hasil penelitiannya adalah wacana persuasif yang terdapat dalam poster iklan layanan masyarakat di kota Depok bersifat ajakan, imbauan, dan bujukan. Penggunaan wacana persuasif imbauan lebih dominan dibandingkan dengan persuasif ajakan dan bujukan. Penggunaan wacana persuasif pada poster iklan layanan masyarakat di kota Depok mencapai 100 temuan. Temuan tersebut terdiri atas berdaya ajakan 24 temuan atau 24%, berdaya imbauan 70 temuan atau 70%, dan berdaya bujukan 6 temuan atau 6%. Hasil penelitian wacana persuasif pada poster iklan layanan masyarakat di kota Depok dapat dimplikasikan kepada siswa SMP kelas VIII mengenai materi poster.

Kata Kunci: Wacana Persuasif, Ajakan, Bujukan, Imbauan, Iklan Layanan Masyarakat, Poster, Kota Depok.

Abstract

Persuasive discourse on public service advertising posters in the city of Depok can help understand how effective the sentences conveyed are in changing people's attitudes and behavior. The aim is to identify the characteristics of the form of persuasive discourse on public service posters to understand the effectiveness of the persuasive elements used, such as the use of images, text, colors and slogans, in conveying the desired message. The method used in the research is qualitative and the techniques used are documentation techniques, listening techniques and note-taking techniques. The results of the research are that the persuasive discourse contained in public service advertising posters in the city of Depok is in the nature of invitations, appeals and persuasions. The use of persuasive appeal discourse is more dominant than persuasive invitations and persuasions. The use of persuasive discourse on public service advertising posters in the city of Depok reached 100 findings. These findings consisted of 24 findings or 24% persuasion power, 70 findings or 70% persuasion power, and 6 findings or 6% persuasion power. The results of research on persuasive discourse on public service advertising posters in the city of Depok can be applied to class VIII junior high school students regarding poster material

Keywords: Persuasive Discourse, Invitation, Persuasion, Appeal, Public Service Advertisement, Poster, Depok City..

PENDAHULUAN

Poster merupakan informasi atau iklan dalam bentuk gambar atau tulisan. Poster juga dapat berisi ajakan atau imbauan untuk melakukan sesuatu. Poster biasanya diletakkan di tempat yang strategis di mana orang banyak dapat melihatnya. Poster adalah pelekatan yang digunakan untuk

^{1,2} Fakultas Bahasa Dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI Jakarta
 email: ulmiapriyantiputri@gmail.com irwan.siagian60@gmail.com

iklan atau pengumuman di tempat umum. Poster memiliki elemen warna yang mencolok untuk menarik perhatian. Selain itu, biasanya terdiri dari kalimat-kalimat yang singkat, jelas, dan mudah dipahami oleh pembaca. Gambar-gambar yang menarik dapat menarik banyak orang untuk melihat dan membacanya.

Iklan yang dikenal sebagai layanan masyarakat adalah iklan yang menggunakan media sosial untuk menarik perhatian masyarakat terhadap berbagai masalah yang harus mereka hadapi, seperti situasi yang dapat mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Salah satunya adalah kebiasaan masyarakat yang menyebabkan banjir karena membuang sampah sembarangan. Contoh lain dari masyarakat yang merokok akan merugikan dirinya sendiri dan orang lain, sehingga pemerintah dan berbagai lembaga meminta masyarakat untuk memperhatikan masalah ini.

Iklan layanan masyarakat dapat ditemukan di berbagai tempat umum, salah satunya adalah di pinggir jalan. Pada kota-kota besar seperti Depok dapat ditemukan berbagai macam iklan layanan masyarakat, seperti iklan layanan masyarakat tentang kesehatan, pendidikan, lingkungan hidup, dan lain-lain. Iklan layanan masyarakat banyak terpasang di sekitar jalan-jalan besar menuju pusat kota Depok (Sintia, Dkk, 2017).

Iklan yang dibuat untuk masyarakat oleh pemerintah atau organisasi tertentu dikenal sebagai poster layanan masyarakat. Poster layanan masyarakat digunakan untuk memberikan informasi persuasif atau pendidikan kepada masyarakat melalui media cetak untuk meningkatkan pengetahuan, meningkatkan kesadaran sikap, dan mengubah perilaku terhadap masalah yang dibahas. Wacana yang digunakan dalam poster biasanya mengandung kalimat persuasif.

Ciri-ciri persuasif dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu berdaya ajak, berdaya imbau, dan berdaya bujuk. Berdaya ajak yaitu usaha yang dilakukan seseorang untuk meminta atau menyuruh orang lain untuk melakukan sesuatu. Berdaya imbau berarti suatu perintah yang diungkapkan kepada orang lain. Sedangkan, berdaya bujuk yaitu usaha untuk meyakinkan seseorang dengan kata-kata manis dan menggoda seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu (Muhridha, 2020).

Analisa wacana memfokus kepada struktur yang terdapat pada bahasa lisan seperti yang banyak terdapat pada wacana percakapan, wawancara, komentar dan ucapan-ucapan. Analisa wacana memfokus kepada struktur bahasa tulisan seperti yang terdapat pada karangan, pengumuman, tanda-tanda di jalan dan bab-bab dalam buku, Crystal (Gazali, 2014: 8).

Wacana dapat berwujud lisan dan tulis yang disebut sebagai teks dalam wacana (Rohana dan Syamsuddin, 2015: 4). Wacana lisan berupa ujaran baik dalam bentuk teks lisan yang diucapkan. Contoh wacana lisan yakni pada monolog, dialog, pidato, percapan, wawancara, dan ujaran lainnya yang dapat didengar oleh penerima. Wacana tulis berupa teks tertulis yang dapat dibaca. Contoh wacana tulis dapat dijumpai pada selebaran, poster, koran, majalah, buku dan teks tertulis lain yang mengandung unsur kebahasaan

Implikasi penelitian ini dalam dunia pendidikan dapat dilihat dalam pembelajaran khususnya pembelajaran dalam poster. Dalam kurikulum merdeka semester genap terdapat pada mata pelajaran bahasa Indonesia yang terdapat di kelas VIII Sekolah Menengah Pertama (SMP) mengenai Poster. Dalam capaian pembelajaran tersebut adalah materi memahami poster. Pengimplikasian dalam wacana persuasif dalam poster diharapkan dapat membantu peserta didik dalam memahami wacana persuasif pada poster layanan Masyarakat. Peserta didik dapat memahami makna persuasif pada poster.

Alasan penulis meneliti tentang wacana persuasif pada poster iklan layanan Masyarakat di kota Depok yaitu dapat membantu memahami seberapa efektif kalimat yang disampaikan dalam mengubah sikap dan perilaku masyarakat. Penelitian terhadap wacana persuasif pada poster layanan masyarakat menarik untuk diteliti. Adapun salah satu tujuannya adalah untuk mengidentifikasi ciri-ciri bentuk wacana persuasif pada poster layanan masyarakat untuk memahami efektivitas elemen-elemen persuasif yang digunakan, seperti penggunaan gambar, teks, warna, dan slogan, dalam menyampaikan pesan yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas penulis memilih poster layanan masyarakat di kota Depok sebagai objek kajian. Selain berhubungan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, poster layanan masyarakat juga dapat dijadikan pilihan oleh guru untuk menyampaikan materi pelajaran

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan sebuah cara atau metode penelitian yang lebih menekankan analisa atau deskriptif. (Sugiyono, 2015: 14) metode penelitian kualitatif sering juga disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) disebut juga metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Teknik penelitian dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, teknik simak dan teknik catat. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah penulis sendiri, karena penulis berperan langsung dalam mengamati, menentukan, dan menganalisis data. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2015: 305).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini, untuk pencatatan data terdiri atas: (a) Mengumpulkan poster dengan cara mendokumentasikan dalam bentuk foto. (b) Membaca kemudian menganalisis kalimat yang ada pada sposter untuk mengetahui wacana persuasifnya. (c) Megelompokkan hasil analisis unsur wacana persuasif ke dalam tabel analisis. (d) Memisahkan wacana persuasif berdasarkan unsurnya yaitu ajakan, imbauan, dan bujukan. (e) Menguraikan hasil analisis unsur wacana persuasif sesuai dengan kelompoknya. (f) Menghitung banyaknya wacana persuasif pada poster dilingkungan Kota Depok.

Terdapat beberapa teknik pemeriksaan yang dapat digunakan dalam menguji keabsahan data pada penelitian kualitatif, meliputi perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, analisis kasus negatif, pengecekan anggota, kecukupan referensial atau uraian rinci, serta audit kebergantungan dan audit kepastian Moleong (2018:321).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Aspek penelitian ini adalah wacana persuasif yaitu yang berdaya ajakan, bujukan, dan imbauan. Berdasarkan landasan teori bahwa wacana merupakan cabang linguistik mempelajari bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dalam situasi tertentu. Peneliti menggunakan spanduk sebagai langkah awal untuk menganalisis wacana persuasif yang terdapat dalam poster di kota Depok.

Berdasarkan data temuan, maka bentuk wacana persuasif dari keseluruhan poster iklan layanan masyarakat sebanyak 100 data, yaitu wacana persuasif berdaya ajakan sebanyak 24 poster, wacana persuasif berdaya imbauan sebanyak 70 poster, wacana persuasif berdaya bujukan sebanyak 6 poster. Wacana persuasif pada poster iklan layanan masyarakat di kota Depok yang paling dominan adalah bentuk wacana persuasif berdaya imbauan.

Penulis berusaha untuk mengidentifikasi kalimat yang mengandung wacana persuasif yang terdapat dalam poster tersebut. Analisis dilakukan berdasarkan subfokus yang telah ditentukan berdasarkan teori Marwoto dalam Cahyani (2018: 19) yaitu berdaya bujuk, berdaya ajak, dan berdaya himbau. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan hasil penelitian ke dalam tabel temuan wacana persuasif.

No.	Wacana Persuasif	Hasil Temuan	Persentase
1.	Ajakan	24	24%
2.	Imbauan	70	70%
3.	Bujukan	6	6%
Jumlah		100	100%

PEMBAHASAN

Wacana Persuasif Imbauan

Beberapa contoh ungkapan wacana persuasif berdaya imbauan yang di temukan peneliti yaitu :

1. “Dilarang Parkir dan Berjualan di Depan Rumah Ini”

Pernyataan di atas termasuk wacana persuasif imbauan. Wacana pada poster tersebut memberikan imbauan kepada pembaca karena mengandung perintah atau larangan yang ditujukan kepada orang lain agar tidak melakukan suatu tindakan tertentu di lokasi yang

ditentukan, dalam hal ini di depan rumah yang dimaksud. Imbauan ini bukan hanya berupa anjuran, tetapi juga berfungsi sebagai permintaan atau instruksi yang diharapkan dipatuhi oleh orang-orang yang melihatnya.

2. “Kawasan Tanpa Rokok, Dilarang Merokok di Seluruh Area Klinik”

Pernyataan di atas termasuk wacana persuasif imbauan. Wacana pada poster tersebut memberikan imbauan kepada pembaca karena mengandung anjuran atau permintaan kepada semua orang yang berada di area klinik untuk tidak merokok. imbauan seperti ini biasanya dipasang di tempat-tempat umum untuk mendukung aturan dan regulasi yang ada mengenai kawasan bebas rokok, serta untuk mendorong perilaku yang mendukung kesehatan publik.

3. “Pemerintah Kota Depok Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Melarang Membuang Sampah Secara Liar dan Membakar Sampah”

Pernyataan di atas wacana persuasif imbauan. Wacana pada poster tersebut memberikan imbauan kepada pembaca bahwa mereka dilarang membuang sampah secara sembarangan dan membakar sampah. Melalui himbauan ini, Pemerintah Kota Depok, melalui Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan, ingin mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan dengan tidak melakukan aktivitas yang dapat merusak kebersihan dan kesehatan lingkungan sekitar. Tujuannya adalah untuk menjaga kebersihan kota dan mencegah dampak negatif dari sampah yang tidak dikelola dengan baik, seperti pencemaran udara dan tanah.

4. “Stop Penggunaan HP Saat Berkendara”

Pernyataan di atas wacana persuasif imbauan. Wacana pada poster tersebut memberikan imbauan kepada pembaca bahwa menggunakan HP saat sedang berkendara adalah perilaku yang berbahaya. Dengan menegaskan “Stop Penggunaan HP Saat Berkendara”, poster tersebut bertujuan untuk mempengaruhi pembaca agar lebih sadar akan pentingnya fokus dan konsentrasi selama berkendara, serta mengurangi risiko kecelakaan akibat pengalihan perhatian yang disebabkan oleh penggunaan ponsel.

5. “Himbauan Kamtibmas, Waspada!! Terhadap Curanmor Jangan Lupa Gunakan Kunci Ganda Parkir ditempat yang Aman”

Pernyataan di atas wacana persuasif imbauan. Wacana pada poster tersebut memberikan imbauan kepada pembaca bertujuan untuk mempengaruhi dan meyakinkan pembaca agar melakukan tindakan tertentu demi keamanan mereka. Dalam hal ini, imbauan tersebut mendorong masyarakat untuk lebih waspada terhadap pencurian kendaraan bermotor (curanmor) dengan menggunakan kunci ganda dan memarkir kendaraan di tempat yang aman. Bahasa yang digunakan bersifat ajakan (himauan) dan disertai dengan kata-kata peringatan (waspada!!!) yang menekankan pentingnya tindakan tersebut.

Wacana Persuasif Ajakan

Beberapa contoh ungkapan wacana persuasif berdaya ajakan yang di temukan peneliti yaitu :

1. “Mitra Keluarga Depok Aman Tetap Buka dan Siao Melayani Anda”

Pernyataan di atas termasuk wacana persuasif ajakan. Wacana pada poster tersebut memberikan ajakan kepada pembaca untuk meyakinkan masyarakat bahwa Mitra Keluarga Depok beroperasi secara normal dan aman, serta siap memberikan layanan kepada pasien.

2. “Ayo Warga Kota Depok Urus Dokumen Kependudukan Setiap Ada Perubahan Data Keluarga”

Pernyataan di atas wacana persuasif ajakan. Wacana pada poster tersebut memberikan ajakan kepada pembaca untuk menggerakkan atau mendorong warga Kota Depok untuk mengambil tindakan konkret terkait dengan dokumen kependudukan mereka setiap kali ada perubahan dalam data keluarga.

3. “Khitanan Super Plong, Tanpa dijahit Tanpa Jarum Suntik Bebas Mandi dan Beraktivitas Gratis Hadiah, Sertifikat, Celana dan Foto, Mau? Promo Liburan Sekolah”

Pernyataan diatas termasuk unsur wacana persuasif ajakan. Wacana pada poster tersebut memberikan ajakan karena pada penggunaan kata "MAU?" pada akhir kalimat berfungsi sebagai ajakan langsung kepada pembaca untuk mempertimbangkan tawaran tersebut. Ini memberikan kesan bahwa pembaca diajak untuk mengambil tindakan, yaitu ikut serta dalam program khitanan tersebut.

4. “Ayo! Mondok Pondok Pesantren Qotrun Nada”

Pernyataan di atas termasuk wacana persuasif ajakan. Wacana pada poster tersebut memberikan ajakan kepada pembaca, karena mengandung unsur yang mengajak seseorang

untuk melakukan suatu tindakan tertentu, yaitu mondok (menjadi santri) di Pondok Pesantren Qotrun nada.

5. “Yuk! Berikan Vitamin A untuk Anak Kita”

Pernyataan di atas termasuk wacana persuasif ajakan. Wacana pada poster tersebut memberikan ajakan kepada pembaca untuk memberikan suplemen vitamin A kepada anak-anak.

Wacana Persuasif Bujukan

Beberapa contoh ungkapan wacana persuasive bujukan yang di temukan peneliti yaitu:

1. “Solusi Cepat untuk Kebutuhan Uangmu, Kami Hadir untuk Anda yang Memerlukan Biaya dengan Cepat, Tanpa Biaya Admin Tanpa Potongan Awal”

Pernyataan di atas termasuk wacana persuasif bujukan. Wacana pada poster tersebut memberikan bujukan kepada pembaca karena menggunakan beberapa teknik persuasi yang efektif. Pertama, kalimat ini menonjolkan kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan uang, yang merupakan kebutuhan mendesak bagi banyak orang. Penggunaan kata "cepat" mengindikasikan bahwa solusi yang ditawarkan dapat segera mengatasi masalah keuangan. Kedua, frasa "tanpa biaya admin tanpa potongan awal" memberikan daya tarik tambahan dengan menghilangkan kekhawatiran tentang biaya tersembunyi atau potongan yang seringkali menjadi hambatan bagi calon peminjam.

2. “Ingin Mahir IT? Segeta Gabung Dengan SMP-SMK Taruna Bhakti”

Pernyataan di atas termasuk unsur wacana persuasif bujukan. Wacana pada poster tersebut memberikan bujukan kepada pembaca bahwa jika ingin mahir IT segera gabung dengan SMP-SMK Taruna Bhakti.

3. “Dapatkan Ribuan Warna Dulux dan Catylac Disini!”

Pernyataan di atas termasuk wacana persuasif bujukan. Wacana pada poster tersebut memberikan bujukan kepada pembaca untuk membeli cat dengan merek tertentu (Dulux dan Catylac) di tempat yang dimaksud.

4. “Pupuk Gratis untuk Masyarakat Kota Depok yang Memilah atau Dapat Menukar Sampah Organiknya Disini”

Pernyataan di atas termasuk unsur wacana persuasif bujukan. Wacana pada poster tersebut memberikan bujukan kepada pembaca bahwa yang menukar sampah organik mendapatkan pupuk gratis.

5. “Tukarkan Sampah Organik Anda dengan Kompos, Gratis”

Pernyataan diatas termasuk unsur wacana persuasif bujukan. Wacana pada poster tersebut membujuk pembaca untuk menukar sampah organik mereka dengan kompos dan gratis. Tidak ada unsur pemaksaan, melainkan mendorong atau mengundang orang untuk melakukan tindakan tertentu yang menguntungkan.

Dalam proses pengambilan data wacana persuasif pada poster iklan layanan masyarakat di kota Depok dapat dijadikan bahan pembelajaran bahasa Indonesia bagi para peserta didik. Karena mempelajari wacana persuasif memungkinkan peserta didik untuk mengeksplorasi bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial di masyarakat. Dengan memahami wacana persuasif, peserta didik akan memperoleh banyak wawasan mengenai makna bahasa yang terdapat dalam poster. Selain itu, diharapkan peserta didik dapat meningkatkan keterampilan menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar sesuai dengan situasi yang ada.

Pembelajaran bahasa Indonesia bertujuan untuk memperkenalkan kepada siswa pentingnya bahasa dalam perkembangan intelektual dan emosional mereka, serta sebagai faktor yang mendukung keberhasilan dalam mempelajari mata pelajaran lainnya. Bahasa Indonesia berfungsi sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan siswa untuk dengan jelas menyampaikan ide dan gagasan mereka, serta membantu dalam mengembangkan imajinasi dan memperluas pengetahuan mereka.

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bentuk wacana persuasif yang terdapat dalam poster iklan layanan masyarakat dan implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia. Kompetensi dasar yang relevan dengan pembelajaran wacana persuasif pada poster yaitu mata pelajaran bahasa Indonesia yang terdapat di kelas VIII sekolah menengah pertama (SMP) mengenai materi poster. Dalam materi tersebut siswa dapat mengenal dan memahami bentuk wacana persuasif pada poster iklan layanan masyarakat. Hasil penelitian ini dapat membantu siswa guna meningkatkan kualitas dari hasil pemahaman peserta didik melalui proses pembuatan poster persuasif yang ajakan, bujukan, dan himbauan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa wacana persuasif yang terdapat dalam poster iklan layanan masyarakat di kota Depok bersifat ajakan, imbauan, dan bujukan. Penggunaan wacana persuasif imbauan lebih dominan dibandingkan dengan persuasif ajakan dan bujukan. Penggunaan wacana persuasif pada poster iklan layanan masyarakat di kota Depok mencapai 100 temuan. Temuan tersebut terdiri atas berdaya ajakan 24 temuan atau 24%, berdaya imbauan 70 temuan atau 70%, dan berdaya bujukan 6 temuan atau 6%. Hasil penelitian wacana persuasif pada poster iklan layanan masyarakat di kota Depok dapat dimplikasikan kepada siswa SMP kelas VIII mengenai materi poster.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dan visual dalam poster iklan layanan masyarakat di Kota Depok secara efektif mampu menarik perhatian masyarakat dan menyampaikan pesan yang diinginkan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi persuasif yang digunakan meliputi penggunaan kata-kata yang menggugah emosi, ajakan langsung, serta ilustrasi yang mendukung pesan utama. Hasil analisis menunjukkan bahwa keberhasilan poster tersebut dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat sangat dipengaruhi oleh kekuatan wacana persuasif yang dirancang dengan baik. Dengan demikian, poster iklan layanan masyarakat di Kota Depok tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat yang efektif dalam mengedukasi dan mendorong perubahan positif di kalangan masyarakat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan sebagai berikut: (1) Peneliti selanjutnya hendaknya mengembangkan ide penelitian mengenai bahasa persuasi agar pengetahuan mengenai bahasa persuasi lebih luas dan mendalam. (2) Guru Bahasa Indonesia khususnya di SMP sebaiknya dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai alternatif sumber belajar dalam rangka membelajarkan materi mengenai penyajian pola kebahasaan iklan, slogan, atau poster. Selain itu dalam dunia pendidikan semoga dapat memberikan kegiatan untuk ke luar sekolah sebagai pengenalan diluar sekolah dan mencari poster untuk menganalisis unsur wacana persuasif yaitu makna yang terdapat pada poster. Dengan begitu peserta didik dapat melakukan sosialisasi di luar sekolah agar melakukan pembelajaran yang berbeda. (3) Wacana persuasif yang terdapat pada poster sebaiknya dapat dimaknai oleh kalangan masyarakat hal ini untuk menghindari salah memalnai pada kalimat yang ada pada spanduk tersebut. Dengan adanya penelitian ini semoga dapat dijadikan acuan oleh peneliti lain untuk melakukan penelitian yang sejenis atau melanjutkan penelitian yang lebih mendalam mengenai materi wacana persuasif

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Moleong. (2018). Metode penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Cahyani, I. N. (2018). Ciri dan teknik persuasif tuturan iklan permen pada channel Iklanesia di Youtube periode Januari sampai April 2017. Universitas Muhammadiyah Purwokerto
- Sintia, Dkk, (2017). Bahasa Iklan Layanan Masyarakat dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia Di SMA. Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya). Hal 1- 10
- Nisa, Dkk, (2024). PENGGUNAAN BAHASA PERSUASIF IKLAN BODY LOTION SEBAGAI ALTERNATIF BAHAN AJAR PADA SISWA SMP. Sastranesia: Jurnal Pendidikan Bahasa & Sastra Indonesia Volume 12 No. 1, hal 16-31
- Gazali. (2014). Penerapan strategi analisis Wacana Kritis model Vandijk untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa menganalisis prosa fiksi dan drama. Jurnal Kreatif Tadulako, 83-96.
- Rohana dan Syamsuddin. (2015). Analisis Wacana. Makassar: CV Samudra Alif-Mim.