

**UNGKAPAN PERSUASIF PADA *CAPTION INSTAGRAM* IKLAN PRODUK
KECANTIKAN GARNIER PADA BULAN SEPTEMBER-OKTOBER 2019
DAN IMPLEMENTASINYA DALAM PEMBELAJARAN MENULIS TEKS
PERSUASI KELAS VIII SMP**



SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

**SITI INAYATUN NASIHAH
NIM 1601040009**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

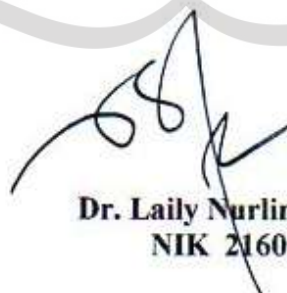
Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Siti Inayatun Nasihah
NIM : 1601040009
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
judul : Ungkapan Persuasif Pada *Caption Instagram* Iklan Produk Kecantikan Garnier Pada Bulan September-Oktober 2019 dan Implementasinya Dalam Pembelajaran MenulisTeks Persuasi Kelas VIII SMP 2019/2020

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Purwokerto, 13 Juli 2020

Pembimbing,



Dr. Laily Nurlina, M.Pd.
NIK 2160506

PENGESAHAN


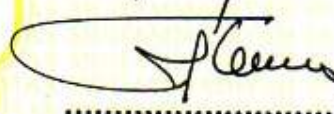
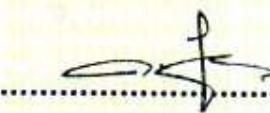
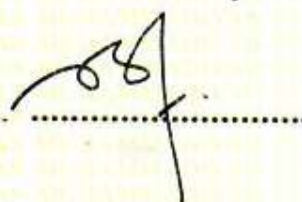
Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Siti Inayatun Nasihah
NIM : 1601040009
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Ungkapan Persuasif pada *Caption Instagram* Iklan Produk Kecantikan Garnier pada Bulan September-Oktober 2019 dan Implementasinya dalam Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Kelas VIII SMP

telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Penguji : Dra. Hj. Siti Fathonah, M. Hum.
NIP 19590411 198503 2 002
2. Penguji I : Prof. Dr. H. Sukirno, M.Pd.
NIP 19560721 198403 1 001
3. Penguji II : Dra. Isnaeni Praptanti, M.Pd.
NIK 2160077
4. Penguji III : Dr. Laily Nurlina, M.Pd.
NIK 2160506


.....

.....

.....

.....

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 27 Juli 2020

Mengetahui
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,

Drs. Eko Suroso, M.Pd.
NIK 2160103

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Inayatun Nasihah
NIM : 1601040009
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



Purwokerto, 27 Juli 2020

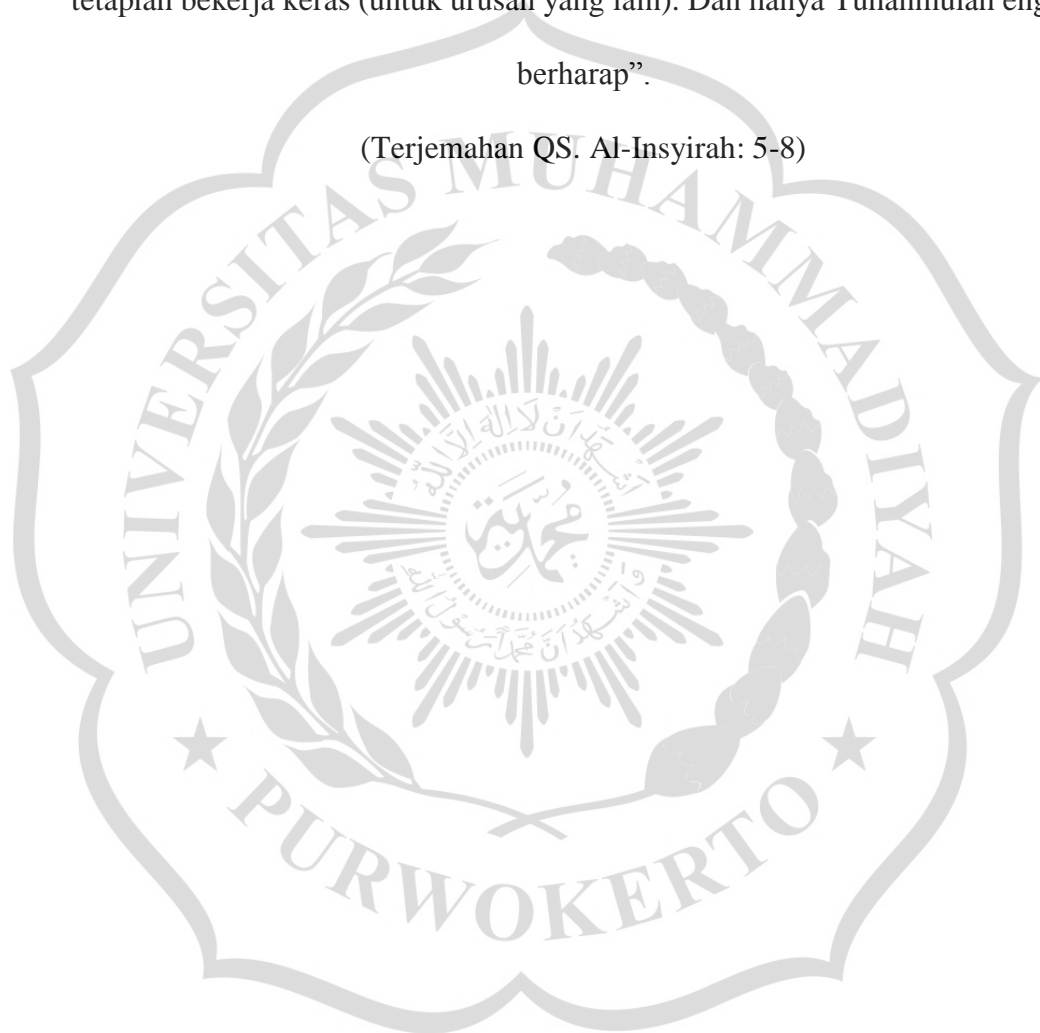
Yang membuat pernyataan,

Siti Inayatun Nasihah
NIM 1601040009

MOTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya Tuhanmulah engkau berharap”.

(Terjemahan QS. Al-Insyirah: 5-8)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Allah Swt yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Ungkapan Persuasif pada *Caption Instagram* Iklan Produk Kecantikan Garnier pada Bulan September-Oktober 2019 dan Implementasinya dalam Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Kelas VIII SMP”. Karya ini peneliti persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, Bapak Sakhadi dan Ibu Nuryati yang selalu memberi doa, kasih sayang, perhatian, dan semangat demi kelancaran proses skripsi ini.
2. Hadiah untuk adikku Muhamad Miftakhul Fikri, Muhamad Yazid Nur Falah, dan Aisyah Nuha Zahira yang menjadikanku semangat dan terus berjuang.
3. Sahabat dan saudaraku (Memi, Titis, Mba Ai, Nunik, Ayu)
4. Teman-teman seperjuangan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2016 kelas A dan semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan, motivasi, semangat dalam penyusunan skripsi ini.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Inayatun Nasihah
NIM : 1601040009
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Ungkapan Persuasif pada *Caption Instagram* Iklan Produk Kecantikan Garnier pada Bulan September-Oktober 2019 dan Implementasinya dalam Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Kelas VIII SMP

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 27 Juli 2020
Yang menyatakan,



Siti Inayatun Nasihah
NIM 1601040009

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah Swt, atas rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Ungkapan Persuasif pada *Caption Instagram* Iklan Produk Kecantikan Garnier pada Bulan September-Oktober 2019 dan Implementasinya dalam Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Kelas VIII SMP”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi gelar Sarjana Pendidikan. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I.,M.H.I., Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Drs. Eko Suroso, M.Pd Dekan FKIP yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang laksana penyusunan skripsi.
3. Dra. Siti Fathonah, M,Hum., Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi.
4. Dr. Laily Nurlina, M.Pd. Dosen pembimbing yang telah mengarahkan peneliti serta menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam proses penyusunan skripsi.
5. Segenap Bapak Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Satra Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Drs. Soni Aristiyanto Kepala SMP N 3 Belik, atas izinnya pada penulis untuk melakukan observasi penelitian.

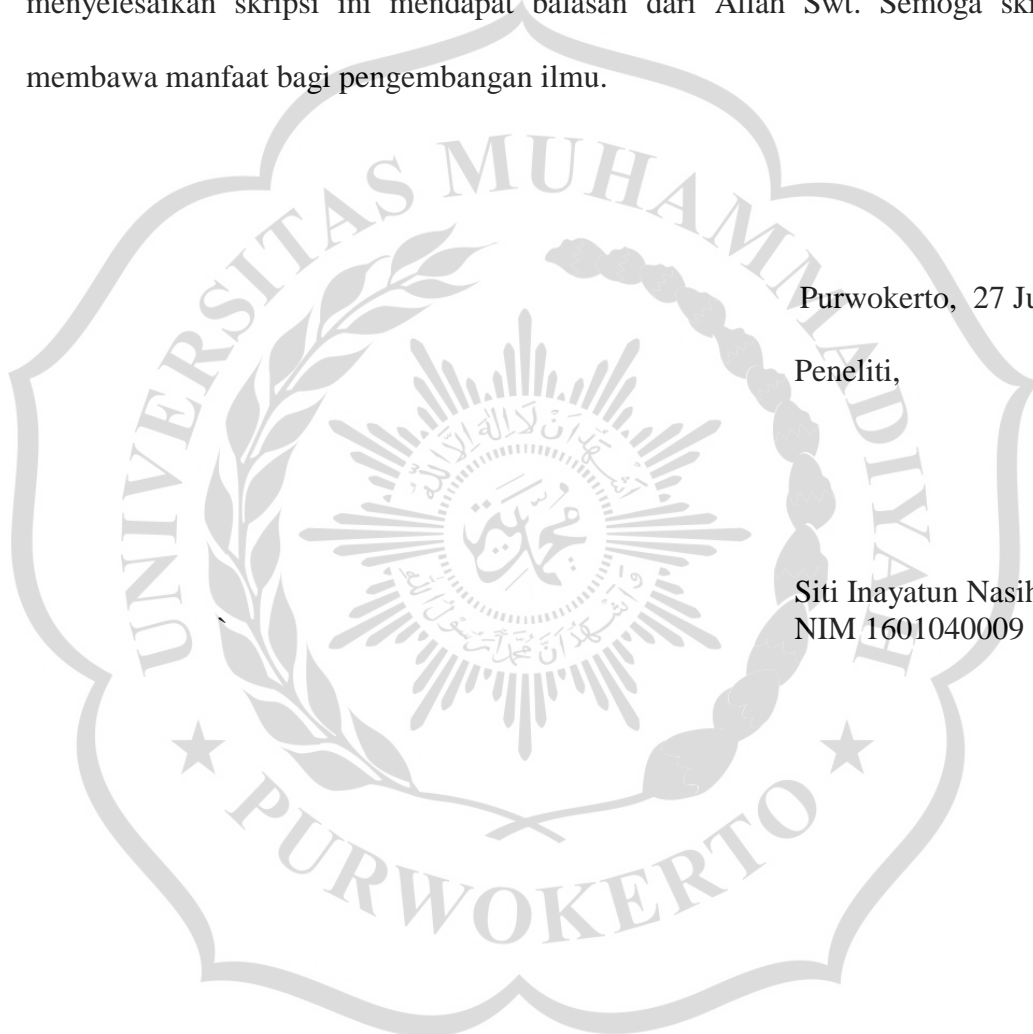
7. Indri Mawar Sari S.Pd Guru Bahasa Indonesia kelas VIII, atas segala bantuan, arahan, masukan, dan motivasinya selama penulis melakukan observasi Penelitian.

Semoga segala kebaikan semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini mendapat balasan dari Allah Swt. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 27 Juli 2020

Peneliti,

Siti Inayatun Nasihah
NIM 1601040009



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LatarBelakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Relevan	6
B. Landasan Teori	8
1. Wacana.....	8
2. Wacana Persuasif	11
a. Pengertian Wacana Persuasif	11
b. Ciri-ciri Wacana Persuasif	12
c. Ungkapan Persuasif.....	14
3. Iklan.....	16
a. Pengertian Iklan.....	16
b. Tujuan Periklanan	17
c. Jenis-Jenis Iklan	18
d. Iklan Sebagai Wacana Persuasif	19
e. Iklan Produk Kecantikan Garnier.....	20
4. Media Sosial	21
a. Pengertian Media Sosial.....	21
b. Jenis Media Sosial	22
c. <i>Instagram</i>	23
d. Sejarah <i>Instagram</i>	24
5. Keterampilan Menulis	27
a. Pengertian Keterampilan Menulis.....	27
b. Tujuan Menulis	27
c. Menulis Karangan Persuasi	28
d. Pembelajaran menulis Teks persuasi.....	29
C. KerangkaTeori.....	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Data dan Sumber Data.....	32
1. Data	32
2. Sumber Data	33
C. Tahapan Penelitian	33
1. Tahap Penyediaan Data.....	33
2. Tahap Analisis Data	34
3. Tahap Penyajian Hasil Analisis Data	36
D. Instrumen Penelitian	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Ungkapan persuasif pada <i>caption</i> akun <i>instagram</i> @ <i>garnierindonesia</i> pada bulan September-Oktober 2019.....	38
1. Ungkapan persuasif ajakan pada <i>caption instagram</i> iklan produk kecantikan Garnier pada bulan September-Oktober 2019.....	38
2. Ungkapan persuasif saran pada <i>caption instagram</i> iklan produk kecantikan Garnier pada bulan September-Oktober 2019.....	41
3. Ungkapan persuasif meyakinkan pada <i>caption instagram</i> iklan produk kecantikan Garnier pada bulan September-Oktober 2019.....	43
4. Ungkapan persuasif menegaskan pada <i>caption instagram</i> iklan produk kecantikan Garnier pada bulan September-Oktober 2019.....	46
B. Implementasi ungkapan persuasif pada <i>caption instagram</i> iklan produk kecantikan Garnier pada bulan September – Oktober 2019 bagi pembelajaran teks persuasi kelas VIII SMP	49
BAB V PENUTUP	51
A. Simpulan.....	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Gambar Iklan Produk Kecantikan pada Laman <i>Instagram</i> @ <i>Garnierindonesia</i> pada Bulan September-Oktober 2019	57
Lampiran 2 : Transkripsi Wacana Tulis dalam Iklan Produk Kecantikan pada Laman @ <i>Garnierindonesia</i> pada Bulan September-Oktober 2019	69
Lampiran 3 : Klasifikasi Data Ungkapan Persuasif Pada <i>Caption Instagram</i> Iklan Produk Kecantikan Garnier Pada Bulan September-Oktober 2019 dan Implementasinya dalam Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Kelas VIII SMP	75
Lampiran 4 : Instrumen Ungkapan Persuasif dan Indikator	82



**UNGKAPAN PERSUASIF PADA *CAPTION INSTAGRAM* IKLAN PRODUK
KECANTIKAN GARNIER PADA BULAN SEPTEMBER-OKTOBER 2019
DAN IMPLEMENTASINYA DALAM PEMBELAJARAN MENULIS TEKS
PERSUASI KELAS VIII SMP**

1) Siti Inayatun Nasihah 2) Dr. Laily Nurlina, M.Pd.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki dua tujuan, (1) mendeskripsikan ungkapan persuasif yang terdapat pada *caption* akun *instagram @garnierindonesia* pada bulan September-Oktober 2019, (2) mendeskripsikan implementasi ungkapan persuasif pada *caption instagram* iklan produk kecantikan Garnier pada bulan September-Oktober 2019 bagi pembelajaran teks persuasi kelas VIII SMP. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini yaitu wacana persuasif pada *caption* akun *instagram @garnierindonesia* periode September-Oktober 2019. Sumber data dalam penelitian ini, yaitu media sosial *instagram* dalam akun *@garnierindonesia*. Tahap penelitian dibagi menjadi tiga yaitu penyediaan data, analisis data, dan penyajian hasil analisis data. Pada tahap penyediaan data, peneliti menggunakan metode simak dengan teknik lanjutan teknik simak bebas libat cakap, teknik catat. Pada tahap analisis data peneliti menggunakan metode agih dengan teknik dasar teknik bagi unsur langsung dan teknik lanjutan teknik baca markah. Pada tahap penyajian hasil analisis data, peneliti menggunakan metode informal. Berdasarkan analisis data, diperoleh hasil sebagai berikut : pada dua puluh empat *caption* akun *instagram @garnierindonesia* periode September-Oktober 2019 terdapat empat ungkapan persuasif dengan jumlah keseluruhan 40 data. Yang meliputi: (1) ungkapan persuasif ajakan sebanyak sembilan belas data, (2) ungkapan persuasif saran sebanyak sepuluh data, (3) ungkapan persuasif meyakinkan sebanyak enam data, (4) ungkapan persuasif menegaskan sebanyak lima data. Adapun isi dalam *caption* akun *instagram @garnierindonesia* periode September-Oktober 2019 merupakan kalimat yang memiliki daya bujuk yang ditulis penulis kepada pembaca yang bertujuan untuk mempengaruhi pembaca. Ungkapan persuasif pada *caption* akun *instagram @garnierindonesia* periode September-Oktober 2019 dapat diimplementasikan sebagai materi ajar dan contoh dalam pembelajaran di sekolah, khususnya SMP.

Kata kunci : ungkapan persuasif, *caption instagram*, pembelajaran persuasi

PERSUASIVE DISCLOSURES ON INSTAGRAM CAPTIONS OF GARNIER BEAUTY PRODUCTS ADVERTISEMENT IN SEPTEMBER TO OCTOBER 2019 AND ITS IMPLEMENTATION IN LEARNING OF PERSUASIVE TEXT WRITING FOR VIII GRADE OF JUNIOR HIGH SCHOOL

By Siti Inayatun Nasihah

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ABSTRACT

This research has two objectives, (1) describing the persuasive disclosures contained in the Instagram captions belongs to @Garnieindonesia account in September to October 2019, (2) describing the implementation of persuasive disclosures on the Instagram caption of Garnier beauty product advertisements in September to October 2019 for learning of persuasive text writing for grade VIII SMP (Junior High School). This type of research is descriptive qualitative. The data in this study are persuasive discourses on Instagram caption by @garnierindonesia account for the period of September to October 2019. The data source is Instagram (@garnierindonesia account) for the period of September to October 2019. The research stage is divided into three, namely data provision, data analysis and presentation of data analysis results. At the stage of providing data, the researcher used the observation method with advanced techniques, namely observation participatory and noting techniques. At the data analysis stage, the researcher used the distributional technique with segmenting immediate constituent technique and an advanced technique in the form of read-marker technique. At the stage of presenting the results of data analysis, the researcher applied an informal method. Based on data analysis, the following results were obtained: in the twenty-four captions of @garnierindonesia Instagram account for the September-October 2019 period, there were four persuasive disclosures with a total of 40 data. It includes (1) persuasive disclosures of invitation totaling nineteen data, (2) persuasive disclosures of suggestion totaling ten data, (3) persuasive disclosures of convincing totaling six data, (4) persuasive disclosures of asserting as many as five data. The Instagram caption contents belong to @garnierindonesia for the September to October 2019 period were persuasive sentences; they were written by the writer which aimed to influence readers. Persuasive disclosures in the Instagram captions of @garnierindonesia Instagram for the September to October 2019 period can be implemented as teaching material and examples in school learning, especially junior high schools.

Keywords: *Persuasive disclosures, Instagram captions, persuasion learning*