

**CIRI DAN TEKNIK PERSUASIF  
DALAM *VIDEO KOMPILASI IKLAN KARTU PERDANA*  
(TRI, TELKOMSEL, INDOSAT, AXIS)  
PADA MEDIA *YOUTUBE* PERIODE 2019**



**SKRIPSI**

Disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

oleh :

**YANI PURWATI**

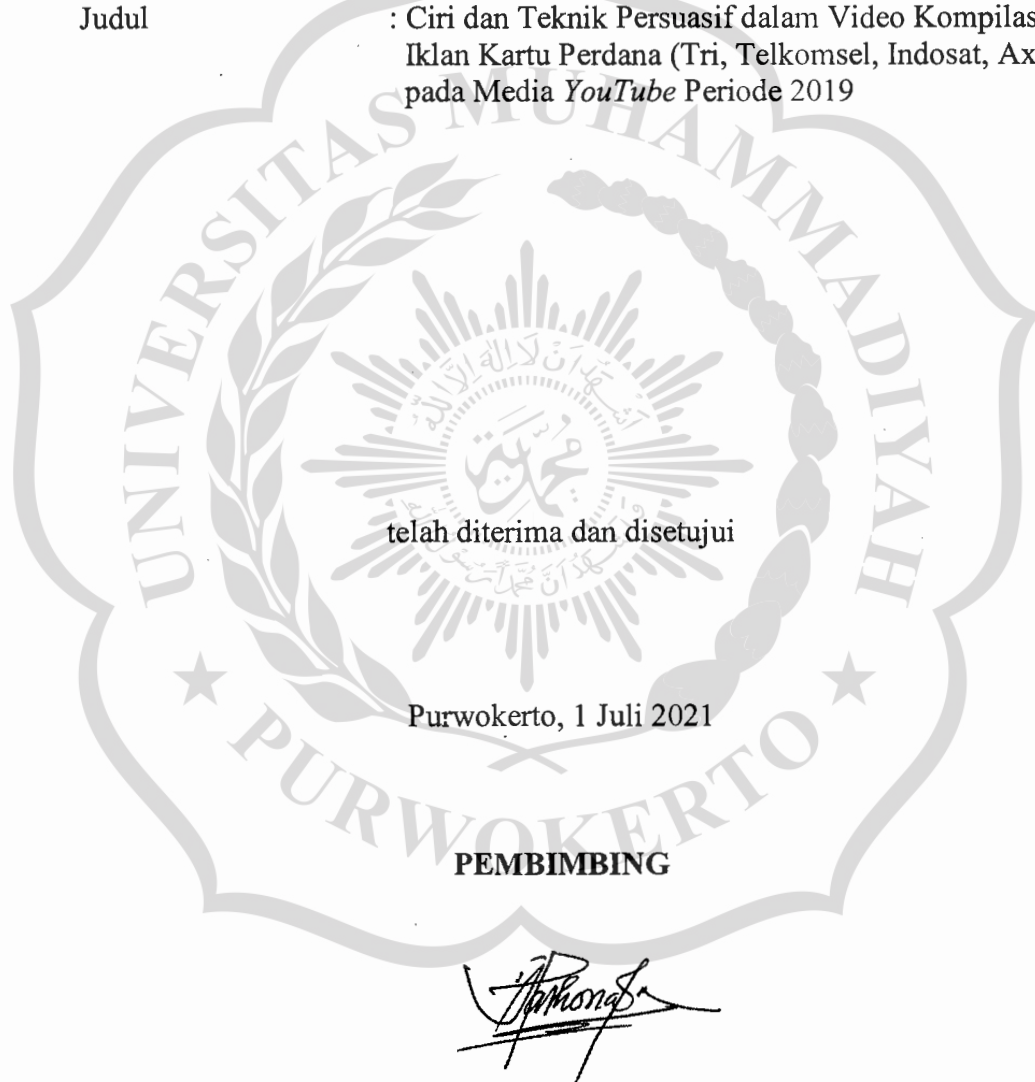
**1701040011**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Yani Purwati  
NIM : 1701040011  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : Ciri dan Teknik Persuasif dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media *YouTube* Periode 2019



Dra. Siti Fathonah, M.Hum.  
NIP 19590411 198503 2 002

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

nama : Yani Purwati  
NIM : 1701040011  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
judul : Ciri dan Teknik Persuasif dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media YouTube Periode 2019

telah berhasil dipertahankan di hadapan 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

**Ketua Penguji** : Akhmad Fauzan, M.Pd.  
NIK 2160440

**Penguji 1** : Drs. Eko Suroso, M.Pd.  
NIK 2160103

**Penguji 2** : Dr. Kuntoro, M.Hum.  
NIP 19570901 198303 1 004

**Penguji 3** : Dra. Siti Fathonah, M.Hum.  
NIP 19590411 198503 2 002

Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 8 Juli 2021

Mengetahui,  
Dekan FKIP



Drs. Eko Suroso, M.Pd.  
NIK 2160103

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yani Purwati  
NIM : 1701040011  
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 dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 1 Juli 2021  
Yang membuat pernyataan



Yani Purwati

## MOTO

**Bukan orang lain yang mempersulitmu, tetapi pola pikirmu sendiri.**

**Percayalah bahwa kamu mampu, karena Allah selalu ada bersamamu.**

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

**(Terjemahan Q.S. Al-Baqarah : 286)**



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, rasa syukur dan terima kasih peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan segala nikmat, kesehatan, rezeki, dan kekuatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Ciri dan Teknik Persuasif dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media *YouTube* Periode 2019” degan baik, lancar, dan tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, dan para sahabat yang istiqomah berjuang di jalan Allah. Karya ini peneliti sembahkan untuk :

1. Kedua orangtua (Bapak Parjo dan Ibu Wartini) yang telah banyak berkorban dalam hal apapun, selalu setia mendukung dan mendoakan anaknya, serta memberikan motivasi yang begitu besar.
2. Kakak-kakak ku (kak Yono dan kak Nurul) yang selalu memberikan nasihat baik sehingga peneliti tetap semangat dan selalu berfikir positif
3. Sahabat ku mbak Siska, Testi, Arini, Arsyie, dan Nisa yang telah bersedia mendengarkan segala keluh kesah serta memberi dukungan kepada peniliti dalam penyusunan skripsi ini
4. Teman-teman seperjuangan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2017 kelas A dan semua pihak yang telah membantu memberi dukungan, motivasi, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada kita semua, sehingga pada kesempatan kali ini peneliti dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Ciri dan Teknik Persuasif dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media *YouTube* periode 2019”. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang kita harapkan syafaatnya di yaumul akhir.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep., Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti sehingga peneliti bisa berkuliah di Universitas Muhammadiyah Purwokerto
2. Drs. Eko Suroso, M.Pd., Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi
3. Dra. Siti Fathonah, M. Hum., Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, sekaligus sebagai pembimbing yang telah membimbing dengan sabar sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dewan Penguji Skripsi Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto

yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan sebagai sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

5. Seluruh dosen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama ini.
6. Seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini

Semoga Allah SWT membalas kebaikan beliau yang telah peneliti sebutkan di atas dengan kebaikan yang berlipat ganda, aamiin. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Purwokerto, 1 Juli 2021

Peneliti,



Yani Purwati  
1701040011

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Yani Purwati  
NIM : 1701040011  
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 :

Ciri dan Teknik Persuasif  
dalam *Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana*  
(Tri, Telkomsel, Indosat, Axis)  
pada Media *YouTube* Periode 2019

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 sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada tanggal : 1 Juli 2021  
Yang menyatakan,

  
1EAJX345200485

Yani Purwati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Penelitian Relevan.....	9
1. Penelitian berjudul <i>Ciri dan Teknik Persuasif Tuturan Iklan Permen pada Channel Iklanesia di YouTube Periode Januari sampai April 2017</i> oleh Ika Nitia Cahyani.....	9
2. Penelitian berjudul <i>Ciri-Ciri dan Teknik-Teknik Persuasif Ujaran Motivator pada Acara Talk Show Generasi Emas Tvri YouTube Tayang April 2017</i> oleh Devy Fajar Renantri.....	10
B. Persuasif.....	11
1. Pengertian Persuasif.....	12
2. Ciri-Ciri Persuasif.....	13
a. Berdaya Bujuk .....	13
b. Berdaya Ajak .....	13
c. Berdaya Himbau .....	14
3. Teknik-Teknik Persuasif.....	16
a. Rasionalisasi .....	17
b. Identifikasi .....	17
c. Sugesti.....	18
d. Konformitas .....	18
e. Kompensasi.....	19
f. Penggantian.....	19
g. Proyeksi.....	20

C. Video Kompilasi .....	20
D. Iklan Kartu Perdana.....	22
1. Pengertian Iklan Kartu Perdana .....	22
2. Fungsi Iklan.....	23
a. Memberikan Informasi.....	23
b. Membujuk atau Mempengaruhi.....	24
c. Menciptakan Kesan.....	24
d. Memuaskan Keinginan .....	25
e. Alat Komunikasi.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Data dan Sumber Data .....	27
C. Tahap-Tahap Penelitian .....	29
D. Instrumen Penelitian.....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Hasil Analisis .....	35
B. Pembahasan .....	35
1. Ciri-Ciri Persuasif dalam Tuturan Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada media <i>YouTube</i> periode 2019 .....	35
a. Berdaya Bujuk .....	35
b. Berdaya Ajak .....	39
c. Berdaya Hibau .....	42
2. Teknik-Teknik Persuasif dalam Tuturan Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada media <i>YouTube</i> periode 2019.....	44
a. Rasionalisasi .....	44
b. Identifikasi .....	47
c. Sugesti.....	49
d. Konformitas .....	51
e. Kompensasi.....	55
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
A. Simpulan .....	58
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Transkrip Tuturan dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media <i>YouTube</i> Periode 2019.....	63
Lampiran 2.	Hasil Analisis Penggunaan Ciri dan Teknik Persuasif dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media <i>YouTube</i> Periode 2019.....	77
Lampiran 3.	Hasil Analisis Penggunaan Ciri Persuasif Berdaya Bujuk dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media <i>YouTube</i> Periode 2019.....	84
Lampiran 4.	Hasil Analisis Penggunaan Ciri Persuasif Berdaya Ajak dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media <i>YouTube</i> Periode 2019.....	86
Lampiran 5.	Hasil Analisis Penggunaan Ciri Persuasif Berdaya Hibau dalam Video Kompilasi Iklan Kartu Perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada Media <i>YouTube</i> Periode 2019.....	87

**CIRI DAN TEKNIK PERSUASIF  
DALAM VIDEO KOMPILASI IKLAN KARTU PERDANA  
(TRI, TELKOMSEL, INDOSAT, AXIS)  
PADA MEDIA YOUTUBE PERIODE 2019**

Yani Purwati<sup>1</sup>, Siti Fathonah<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Sebuah iklan pasti menggunakan bahasa persuasi, baik iklan yang berupa tulisan maupun iklan yang berupa tuturan langsung. Salah satunya yaitu iklan kartu perdana. Iklan kartu perdana yang dimaksud dalam hal ini yaitu berupa video kompilasi iklan kartu perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) yang ditayangkan pada media *YouTube* periode 2019. Iklan tersebut hendaknya memiliki ciri-ciri persuasif dan seharusnya memperhatikan teknik-teknik persuasif agar konsumen tertarik untuk menggunakan kartu perdana yang ditawarkan. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini berupa tuturan yang mengandung ciri dan teknik persuasif dalam video kompilasi iklan kartu perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis). Sumber data dalam penelitian ini yaitu media *YouTube* periode 2019. Penelitian ini menggunakan metode padan dengan teknik dasar PUP (Pilah Unsur Penentu). Hasil analisis yang telah peneliti lakukan yaitu ditemukan 60 data tuturan yang mengandung ciri-ciri persuasif dan teknik-teknik persuasif dalam video kompilasi iklan kartu perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada media *YouTube* periode 2019. Data tuturan tersebut meliputi 31 data yang mengandung ciri persuasif berdaya bujuk, 7 data tuturan yang mengandung ciri persuasif berdaya ajak, dan 6 data tuturan yang mengandung ciri persuasif berdaya himbau. Selain itu, tidak semua teknik-teknik persuasif ada di dalam tuturan video kompilasi iklan kartu perdana (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) pada media *YouTube* periode 2019. Sehingga peneliti hanya menemukan data tuturan yang mengandung teknik-teknik persuasif meliputi teknik rasionalisasi yang berjumlah 4 data, teknik identifikasi berjumlah 3 data, teknik sugesti berjumlah 31 data, teknik konformitas berjumlah 5 data, dan teknik kompensasi berjumlah 4 data.

**Kata Kunci :** Persuasif, Ciri Persuasif, Teknik Persuasif, Iklan Kartu Perdana

**PERSUASIVE CHARACTERISTICS AND TECHNIQUES IN THE PREPAID SIM CARD ADVERTISING VIDEO COMPILATION (TRI, TELKOMSEL, INDOSAT, AXIS) ON YOUTUBE MEDIA FOR THE 2019 PERIOD**

Yani Purwati<sup>1</sup>, Siti Fathonah<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*A good advertisement must of course use persuasive language, both advertisements in the form of writing and in the form of direct speech. One of them is prepaid SIM card advertisement. The prepaid SIM card advertisement referred to in this case is in the form of a compilation video of SIM card advertisements (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) which is broadcasted on YouTube media in the 2019 period. The advertisement should have persuasive characteristics and should pay attention to persuasive techniques so that consumers are interested in using the prepaid SIM card offered. This research was carried out with a qualitative descriptive approach. The data in this study are utterances containing persuasive characteristics and techniques in the compilation video of prepaid SIM card advertisements (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis). The source of data in this study is YouTube media in the period of 2019. This study uses the matching method with the basic PUP (Separate Determinant Element) technique. The results of the analysis that the researchers carried out were found 60 speech data containing persuasive characteristics and persuasive techniques in the compilation video of starter pack advertisements (Tri, Telkomsel, Indosat, Axis) on YouTube media in the period of 2019. The speech data include 31 data containing persuasive characteristics, 7 speech data containing inviting characteristics, and 6 speech data containing urging characteristics. In addition, not all persuasive techniques are included in the video speech of the prepaid SIM card ad compilation. So the researcher only found speech data containing persuasive techniques including rationalization techniques with 4 data, identification techniques with 3 data, suggestion techniques with 31 data, conformity techniques with 5 data, and compensation techniques with 4 data.*

**Keywords:** *Persuasive, Persuasive Characteristics, Persuasive Techniques, Prepaid SIM Card Advertising.*