

**WACANA PERSUASIF DALAM IKLAN KOMERSIAL  
MINUMAN ANEKA KOPI PADA *YOUTUBE*  
PERIODE OKTOBER 2022**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

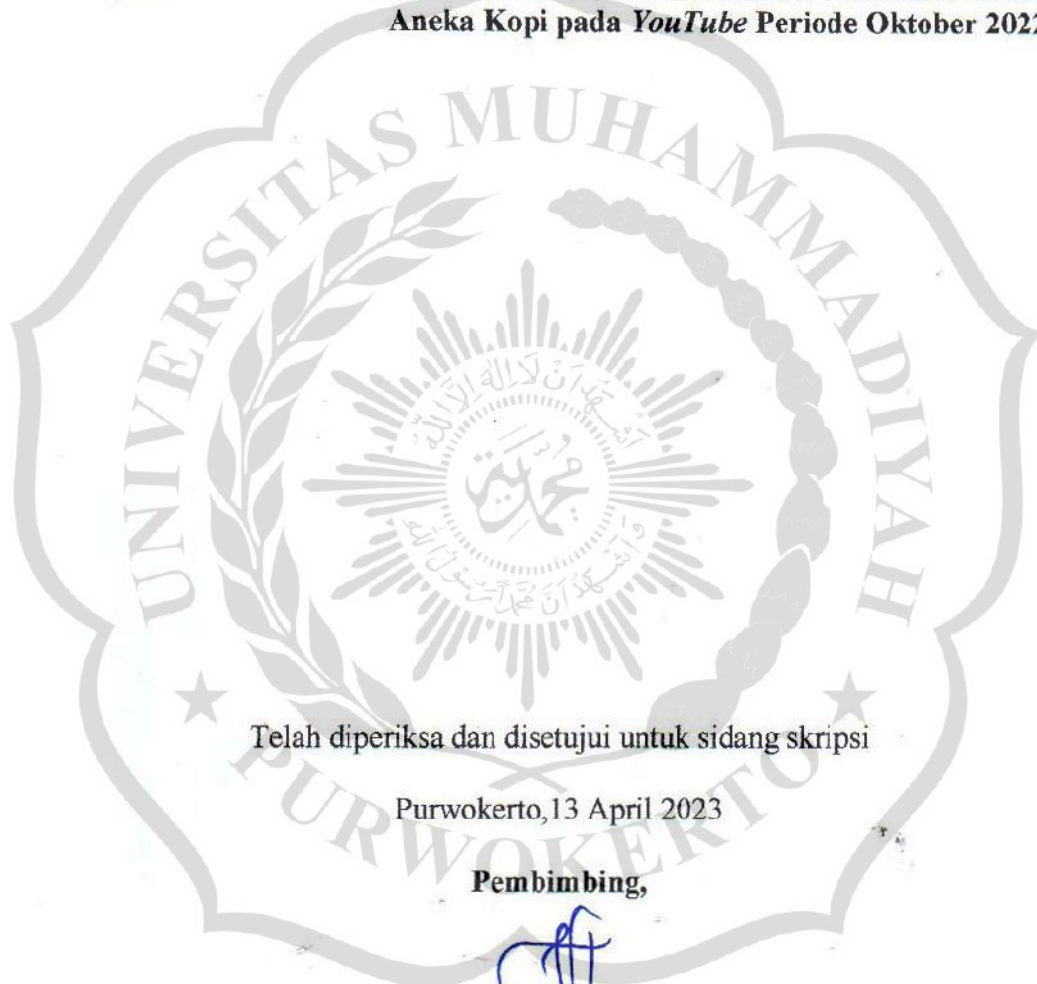
oleh:  
**KUAT PRIYONO**  
**1901040106**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2023**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi yang diajukan oleh

nama : Kuat Priyono  
NIM : 1901040106  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
judul : **Wacana Persuasif dalam Iklan Komersial Minuman Aneka Kopi pada *YouTube* Periode Oktober 2022**



Telah diperiksa dan disetujui untuk sidang skripsi

Purwokerto, 13 April 2023

Pembimbing,

Dra. Tutut Tugiyati, M.Hum  
NIP. 19590817 198703 2 002

## PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

nama : Kuat Priyono  
NIM : 1901040106  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
judul : **Wacana Persuasif dalam Iklan Komersial Minuman Aneka Kopi pada YouTube Periode Oktober 2022**

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 I : Dr. Kuntoro, M.Hum.  
NIK 2161127

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

Penguji III : Dra. Tutut Tugiati, M.Hum.  
NIP 19590817 198703 2 002

Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 18 April 2023



Mengetahui  
Dekan FKIP

**Drs. Eko Suroso, M.Pd.**  
NIK 2160103

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Kuat Priyono  
NIM : 1901040106  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
judul : **Wacana Persuasif dalam Iklan Komersial Minuman Aneka Kopi pada YouTube Periode Oktober 2022**

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, 18 April 2023  
Yang membuat pernyataan,



Kuat Priyono

## MOTO

“Tetaplah hidup apa pun yang terjadi teruslah tebar kebaikan dan senyuman”.

(Kuat Priyono)



## PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Adi Wirya (Alm) dan Ibu Warsini (Almh) kedua orang tua asuh yang pengorbanannya begitu banyak dalam mendidik peneliti, menyayangi dengan setulus hati, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bibi Jumirah yang telah membantu biaya pendidikan serta memberikan doa dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Rakhmadhona Istifarah, S.Pd., sahabat yang tidak pernah putus memberikan dukungan serta doa, sehingga penulis termotivasi untuk mengembangkan diri dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat yang begitu banyak memberi inspirasi dan motivasi, yang tidak bosan untuk mengingatkan agar kembali pada tujuan awal menuntut ilmu. Terima kasih telah menjadi perantara Allah untuk menghidupkan jiwa ini kembali pada tempatnya. Semoga Allah membalas mereka dengan kebaikan yang melimpah di dunia dan di akhirat.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah *subhanahu wa ta'ala*, yang telah mencurahkan rahmat dan rida-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Wacana Persuasif dalam Iklan Komersial Minuman Aneka Kopi pada YouTube Periode Oktober 2022”** dengan lancar. Salam dan selawat penulis sampaikan kepada *Nabiyullah Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam*, yang telah menyerahkan usia dan hartanya untuk mengesakan serta memperkenalkan para hamba kepada Allah *subhanahu wa ta'ala*. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah menyerahkan waktu, tenaga, maupun pikirannya sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep., Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Bapak Drs. Eko Suroso, M.Pd., Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Ibu Dra. Siti Fathonah, M.Hum., Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan berbagai informasi serta dukungan dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Dra. Tutut Tugiati, M.Hum., Dosen Pembimbing yang telah senantiasa sabar membimbing dan mengarahkan penulis sejak awal penyusunan skripsi ini.

5. Dewan Penguji Skripsi yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan sebagai sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
6. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, keteladanan, motivasi, dan saran kepada penulis.
7. Teman-teman Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia kelas B angkatan 2019 yang telah memberikan kesan cerita selama kuliah di kampus.
8. Seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna. Walaupun demikian, penulis memohon kepada Allah *subhanahu wa ta'ala*, semoga skripsi ini dapat memberi manfaat kepada setiap pembaca dan penulis khususnya.

Purwokerto, 18 April 2023  
Peneliti,

Kuat Priyono

## HALAMAN PENYATAAN 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 : Kuat Priyono  
NIM : 1901040106  
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:

### **Wacana Persuasif dalam Iklan Komersial Minuman Aneka Kopi pada YouTube Periode Oktober 2022**

berserta 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 : 18 April 2023

Yang menyatakan,



Kuat Priyono

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</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 .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
1. Manfaat Teoretis .....	3
2. Manfaat Praktis .....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>5</b>
A. Penelitian Sejenis yang Relevan .....	5
B. Wacana .....	7
1. Pengertian Wacana .....	7
2. Jenis Wacana .....	8
3. Wacana Persuasif .....	8
4. Konteks Wacana Tuturan .....	9
5. Ciri – Ciri wacana Persuasif .....	10
6. Teknik – Teknik Persuasif .....	10
a. Rasionalisasi .....	10
b. Identifikasi .....	10
c. Sugesti .....	11
d. Kompensasi .....	11
e. Konformitas .....	11
7. Struktur Teks Persuasif .....	11
8. Kaidah Kebahasaan Teks Persuasif .....	12
C. Iklan .....	13
1. Pengertian Iklan .....	13
2. Iklan Komersial .....	13
D. Minuman Kopi .....	14
1. Minuman .....	14
2. Kopi .....	14
E. Kerangka Pikir .....	15

<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PELENILITIAN .....</b>	<b>17</b>
A.	Jenis Penelitian .....	17
B.	Data dan Sumber Data.....	18
1.	Data .....	18
2.	Sumber Data.....	18
C.	Tahap Penelitian.....	19
1.	Tahap Penyediaan Data.....	19
2.	Tahap Penganalisisaan Data.....	19
3.	Tahap Penyajian Hasil Penganalisisan Data .....	20
D.	Instrumen Analisis Data .....	20
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A.	Teknik – Teknik Prsuasif pada Wacana Iklan Komersial Minuman Aneka Kopi pada <i>YouTube</i> Oktober 2022.....	23
1.	Identifikasi-Rasionalisasi-Sugesti .....	24
2.	Identifikasi-Sugesti-Kompensasi .....	33
3.	Identifikasi – Rasionalisasi.....	35
4.	Identifikasi – Sugesti.....	39
5.	Identifikasi – Kompensasi.....	49
6.	Identifikasi.....	50
7.	Rasionalisasi.....	51
8.	Sugesti .....	56
9.	Kompensasi .....	62
10.	Konformitas.....	64
B.	Struktur Wacana Persuasif pada Wacana Iklan Komersial Minuman Aneka Kopi pada <i>YouTube</i> Oktober 2022.....	65
1.	Pengenalan Isu – Rangkaian Argumen – Pernyataan Ajakan .....	65
2.	Pengenalan Isu – Pernyataan Ajakan – Penegasan Kembali.....	83
3.	Pengenalan Isu – Rangkaian Argumen – Penegasan Kembali.....	85
4.	Pengenalan Isu – Rangkaian Argumen .....	91
5.	Pengenalan Isu – Pernyataan Ajakan .....	95
6.	Rangkaian Argumen – Pernyataan Ajakan .....	98
7.	Rangkaian Argumen.....	99
8.	Pernyataan Ajakan.....	107
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>112</b>
A.	Simpulan.....	112
B.	Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>114</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>116</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data dan Sumber Data.....	117
Lampiran 2. Klasifikasi Data Berdasarkan Teknik – Teknik Persuasif.....	128
Lampiran 3. Klasifikasi Data Berdasarkan Struktur Wacana Persuasif.....	129



**WACANA PERSUASIF DALAM IKLAN KOMERSIAL  
MINUMAN ANEKA KOPI PADA *YOUTUBE*  
PERIODE OKTOBER 2022**

**Kuat Priyono<sup>1</sup>, Tutut Tugiati<sup>2</sup>**

**ABSTRAK**

Penelitian berjudul “**Wacana Persuasif dalam Iklan Komersial Minuman Aneka Kopi pada *YouTube* Periode Oktober 2022**” ini bertujuan mendeskripsikan teknik persuasif dan struktur persuasif dalam iklan komersial minuman aneka kopi pada *YouTube* periode Oktober 2022.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini 30 wacana persuasif yang digunakan dalam iklan minuman kopi yang ditayangkan melalui media *YouTube* Oktober 2022. Metode penelitian ini terinci pada tiap tahap. Penelitian ini dilaksanakan melalui tiga tahap. Tahap penyediaan data menggunakan metode simak dengan teknik catat. Tahap penganalisisan data menggunakan padan *Referensial* dan kontekstual. Tahap penyajian hasil penganalisisan data menggunakan metode informal.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan: **teknik – teknik persuasif** yang terdapat pada wacana persuasif dalam iklan komersial aneka minuman kopi pada *YouTube* periode Oktober 2022 adalah untuk variasi dengan pola Identifikasi – Rasionalisasi – Sugesti (4 data), Identifikasi-Sugesti-Kompensasi (1 data), Identifikasi-Rasionalisasi (2 data), Identifikasi – Sugesti (6 data), Identifikasi – Kompensasi (1 data), Rasionalisasi – Sugesti (3 data), Identifikasi (1 data), Rasionalisasi (4 data), Sugesti (6 data), Kompensasi (2 data), Konformitas (1 data), sedangkan variasi **struktur persuasif** terdiri atas: Pengenalan Isu – Rangkaian Argumen – Pernyataan Ajakan (7 data), Pengenalan Isu- Pernyataan Ajakan-Penegasan Kembali (2 data), Pengenalan Isu – Rangkaian Argumen – Penegasan Kembali (1 data), Pengenalan Isu – Rangkaian Argumen (2 data), Pengenalan Isu – Pernyataan Ajakan (3 data), Rangkaian Argumen – Pernyataan Ajakan (1 data), Rangkaian argumen (10 data), Pernyataan Ajakan (4 data). Dalam pembuatan iklan aneka minuman kopi yang ditayangkan pada *YouTube* data yang penulis peroleh sudah memenuhi teknik – teknik persuasif dan struktur persuasif.

**Kata kunci :** wacana persuasif, iklan minuman aneka kopi, teknik persuaif, struktur persuasif

**PERSUASIVE DISCOURSE IN COMMERCIAL ADVERTISING OF  
VARIOUS COFFEE BEVERAGES ON YOUTUBE  
OCTOBER 2022 PERIOD**

Kuat Priyono<sup>1</sup>, Tutut Tugiati<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This study aimed to describe persuasive techniques and structures in commercial advertisements for various coffee drinks on YouTube in October 2022. The type of research was descriptive qualitative using 30 persuasive discourses used in coffee drink advertisements broadcast via YouTube media in October 2022.*

*This research used a straightforward method at each stage in three stages. The data provision stage used the observation method with noting techniques. The data analysis phase used referential and contextual equivalents. The informal method was used to present the research results.*

*From the results of the study, it can be concluded: **the persuasive techniques** found in persuasive discourse in commercial advertisements of various coffee drinks on YouTube for the October 2022 period are variations with the Rationalization of Suggestion Identification pattern (4 data), Identification-Suggestion-Compensation (1 datum), Identification-Rationalization (2 data), Identification of Suggestion (6 data), Identification of Compensation (1 data), Rationalization of Suggestion (3 data), Identification (1 data), Rationalization (4 data), Suggestion (6 data), Compensation (2 data), Conformity (1 datum), while the **persuasive structure** variations consist of Introduction to Issues Series of Arguments Calling Statements (7 data), Introduction to Issues-Solicitation-Reaffirmation Statements (2 data), Introduction to the Issues of Arguments Reaffirmation (1 datum), Introduction to Issues to Series of Arguments (2 data), Introduction to Issues to Statements of Solicitation (3 data), Series of Arguments Statements to Calls for (1 datum), Series of arguments (10 data), Statements of Solicitation (4 data ). In making advertisements for various coffee drinks that are shown on YouTube, the data that the author has obtained has fulfilled persuasive techniques and structures.*

**Keywords :** *Persuasive Discourse, Advertising of Various Coffee Drinks, Persuasive Techniques, Persuasive Structures.*