

**ANALISIS PENGGUNAAN BAHASA PERSUASIF IKLAN  
KECANTIKAN DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

*Diajukan guna Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi  
Pendidikan Bahasa Indonesia*

Oleh  
**SUTRISNI**  
NPM 1702040053



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**

## ABSTRAK

Sutrisni. NPM. 1702040053. Analisis Penggunaan Bahasa Pessuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial *Instagram*. Skripsi. Medan : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa persuasif iklan kecantikan di media sosial *instagram*. Sumber data dari penelitian yaitu produk kecantikan *Inul Beauty*, *Jedar Cosmetik*, *Dissy Cosmetik*, *Madane Gie* dan *Marshwillow Cosmetik* yang terdapat di media sosial *instagram*. Data-data penelitian ini berdasarkan bahasa persuasif pada kutipan-kutipan iklan kecantikan yang terdapat di media sosial *instagram*. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari Penelitian yang dilakukam pada 5 merek produk kecantikan *Inul Beauty*, *Jedar Cosmetik*, *Dissy Cosmetik*, *Madane Gie* dan *Marshwillow Cosmetik* dengan 4 jenis barang yang sama yaitu bedak, krim wajah, lipstik, dan pensil alis. Dalam iklan tersebut menemukan keterkaitan penggunaan bahasa persuasif dan ditemukan tiga macam teknik persuasif, yaitu teknik rasionalisasi, teknik kompensasi, dan teknik sugesti pada iklan kecantikan di media sosial *instagram* produk *Inul Beauty*, *Jedar Cosmetik*, *Dissy Cosmetik*, *Madane Gie* dan *Marshwillow Cosmetik*.

**Kata Kunci :** Bahasa Persuasif, Iklan Kecantikan, Media Sosial, *Instagram*

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah Swt. Tuhan semesta alam yang telah menciptakan, menyempurnakan, dan melimpahkan nikmatnya, yaitu nikmat kesehatan, kesempatan dan kekuatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram**”.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Rasulullah Saw yang diutus sebagai rahmat bagi seluruh alam, pemimpin generasi pertama dan akhir zaman. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan dangkalnya ilmu serta pengalaman peneliti. Demi menyempurnakan skripsi ini, peneliti mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari para pembaca.

Dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini, peneliti menghadapi banyak hambatan, tetapi berkat Ridho Allah Swt. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dan berkat bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang membimbing peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini meskipun jauh dari kata sempurna. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah Swt yang telah memberikan kesehatan dan limpahan rahmat yang tak terhingga kepada peneliti, serta kepada ibunda dan ayah saya tercinta **Sariani** dan **Sukesno** penyemangat dalam hidup peneliti,

orang yang selalu memberi saya dukungan, orang selalu yang selalu membantu di saat apapun, orang yang selalu membuat peneliti termotivasi untuk mencapai kesuksesan dan orang yang tidak hentinya mendoakan peneliti di saat kapanpun. Dalam kesempatan ini peneliti juga mengucapkan banyak terimakasih yang tulus kepada nama-nama yang di bawah ini:

1. **Prof. Dr. Agussani, M.AP.** Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Dra. Hj. Syamsyurnita, M.Pd.** Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. **Dr. Dewi Kesuma Nasutiaon, S.S., M.Hum.** Wakil Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu **Mutia Febriyani, S.Pd., M.Pd.** Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
5. Ibu **Enny Rahayu, S.Pd., M.Hum.** Sekretaris Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
6. Ibu **Hasnidar, S.Pd., M.Pd.** Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak **Muhammad Arifin, S.Pd., M.Pd.** Kepala Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mengizinkan peneliti melakukan riset di perpustakaan yang dipimpinnya
8. Seluruh bapak dan ibu Dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam penulisan skripsi ini.

9. Kepada seluruh keluarga saya dan kedua adik saya Wulan Dari dan Tri Meisharani Olivia yang selalu menyemangati peneliti dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
10. Kepada sahabat-sahabat yang setia dan memotivasi peneliti untuk tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi ini Indah Lestari Lubis, Vivi Yolanda, Nur Faznita Elmi, Wanda Ivo Sunestri.
11. Kepada Seluruh teman-teman kelas A Malam stambuk 2017 Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP UMSU.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan bagi peneliti khususnya. Semoga Allah Swt memberikan kemudahan kepada peneliti dalam melakukan segala kebaikan.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Medan, Maret 2022  
Penulis,

**SUTRISNI**  
**NPM. 1702040053**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KERANGKA TEORETIS</b> .....	<b>7</b>
A. Kerangka Teoritis .....	7
1. Pengertian Bahasa.....	6
2. Hakikat Bahasa Persuasif.....	7
3. Teknik-teknik Persuasif .....	10
4. Iklan.....	12
5. Media Sosial.....	12
B. Kerangka Konseptual .....	15

C. Pernyataan Penelitian .....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	17
B. Sumber Data Dan Data Penelitian .....	18
C. Metode Penelitian .....	18
D. Variabel Penelitian .....	19
E. Definisi Operasional .....	19
F. Instrumen Penelitian .....	20
G. Tehnik Analisis Data .....	21
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>23</b>
A. Deskripsi Data Penelitian .....	23
B. Analisis Data .....	28
C. Jawaban Pertanyaan Penelitian .....	39
D. Diskusi Hasil Penelitian.....	39
E. Keterbatasan Penelitian .....	40
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>41</b>
A. Simpulan .....	41
B. Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Rancangan Waktu Penelitian .....	17
Tabel 3.2 Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial <i>Instagram</i> .....	21
Tabel 4.1 Deskripsi Data Penelitian Iklan Kecantikan di Media Sosial <i>Instagram</i> .....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Form K-1 .....	53
Lampiran 2 Form K-2 .....	54
Lampiran 3 Form K-3 .....	55
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Proposal .....	56
Lampiran 5 Lembar Pengesahan Proposal.....	57
Lampiran 6 Lembar Pernyataan Tidak Plagiat .....	58
Lampiran 7 Surat Keterangan Seminar Proposal .....	59
Lampiran 8 Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal .....	60
Lampiran 9 Surat Permohonan Riset .....	61
Lampiran 10 Surat Balasan Riset .....	62
Lampiran 11 Surat Bebas Pustaka.....	63
Lampiran 12 Berita Acara Bimbingan Skripsi .....	64
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan kegiatan yang sering dilakukan dalam interaksi sosial. Bentuk komunikasi yang dilakukan juga berbeda-beda sesuai dengan topik pembahasan yang dilakukan. Komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk media yang berbeda-beda sesuai dengan komunikasi yang sedang dilakukan.

Iklan adalah sebuah bentuk komunikasi yang digunakan untuk memotivasi seorang pembeli dan mempromosikan produk yang dijual (Agustrijanto,2001:7). Iklan biasanya terdapat dalam bentuk media cetak maupun media elektronik. Iklan memiliki peran penting sebagai wadah untuk mempromosikan sebuah produk dan mampu mempengaruhi daya tarik masyarakat konsumen.

Iklan merupakan sebuah pesan informatif yang menawarkan suatu barang ataupun jasa yang menggunakan bahasa persuasif, sehingga dapat membuat pembaca dan pendengar menjadi tertarik.

Bahasa persuasif merupakan suatu bahasa yang digunakan untuk menciptakan kesesuaian atau kesepakatan melalui kepercayaan untuk menerima dan melakukan sesuatu yang diinginkan pembaca dan pendengar (Keraf,2007:118). Bahasa persuasif memiliki tujuan agar pembaca dan pendengar dapat terpengaruh, terbuju, tertarik dan memiliki keinginan yang kuat untuk mendapatkan suatu hal yang diinginkan dan dibutuhkan. Oleh karena

itu, persuasif merupakan salah satu bahasa yang digunakan untuk perdagangan salah satunya iklan.

Iklan kecantikan merupakan produk yang dapat membuat daya tarik yang paling besar dan dapat mempengaruhi berbagai kalangan untuk membeli dan memiliki berbagai jenis dan merek produk-produk kecantikan. Produk-produk kecantikan memiliki berbagai jenis sesuai kebutuhan konsumen terutama bagi para wanita yang sangat menjaga keindahan diri akan menjadi konsumen yang paling berminat untuk membeli produk tersebut.

Iklan produk kecantikan selalu memberikan sebuah daya tarik dalam setiap kata dan kalimat pada promosi yang ditampilkan, sehingga dengan memudahkan produk kecantikan tersebut terjual dengan cepat. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi maka iklan juga banyak kita jumpai didalam media sosial. Sudah banyak sekali produsen yang melakukan promosi pada setiap produk yang telah dikeluarkan. Melihat semakin banyaknya masyarakat yang lebih sering menggunakan media sosial dari pada melihat media cetak maupun eletronik, sehingga semakin banyak produk yang akan diiklankan dalam media sosial tersebut.

Media sosial adalah teknologi informasi yang digunakan sebagai alat komunikasi yang berbasis internet dan dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan masyarakat (Yusni,2019:29). Perkembangan media sosial tidak dapat dihindarkan lagi, sebagai alat komunikasi yang telah memberikan banyak kemudahan pada penggunaanya dengan memberikan berbagai akses komunikasi

dan hiburan sehingga banyak yang tergantung kepadanya (Yusni,2019:27). Media sosial yang sering digunakan banyak masyarakat ialah *instagram*.

*Instagram* adalah suatu media sosial yang menjadi wadah untuk masyarakat bersosialisasi dengan cara mengunggah foto atau video. Pada foto atau video yang di unggah dapat berisi berbagai macam kegiatan ataupun penawaran yang menarik, seperti iklan, nasihat, komedi dan lain sebagainya. Berbagai macam iklan telah ditampilkan untuk memikat atau menawarkan berbagai produk, seperti iklan kecantikan. Iklan kecantikan selalu menawarkan berbagai kosmetik yang sedang diminati saat ini.

Penelitian ini menarik bagi peneliti karena dalam kehidupan sehari-hari kita tidak pernah lepas dengan iklan yang ada. Selain itu peneliti menemukan beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan diteliti.

Penelitian pertama yaitu penelitian yang pernah dilakukan oleh Kezia Grace Lumban Batu (2019) dengan judul "*Persuasif Iklan Kecantikan Wardah pada Media Cetak dan Media Televisi*". Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan gaya bahasa persuasif, tehnik persuasif dan komposisi iklan yang diterapkan di media cetak dan media televisi. Peneliti menggunakan produk wardah sebagai objek yang diteliti. Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan gaya bahasa persuasif, tehnik persuasif dan komposisi iklan kecantikan pada produk wardah yang terdapat pada media cetak dan media televisi.

Penelitian kedua yaitu penelitian yang pernah dilakukan oleh Piang (2017) dengan judul “*Penggunaan Bahasa Persuasif pada Iklan Sabun Cuci di Televisi*”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bahasa persuasif pada iklan sabun cuci di televisi. Peneliti menggunakan berbagai merek sabun cuci sebagai objek yang diteliti. Dari penelitian yang telah diteliti dapat disimpulkan bahwa bahasa persuasif sangat berpengaruh dalam iklan sabun cuci di televisi pada kata dan kalimat yang bertujuan menunjukkan keyakinan pada satu produk yang berkaitan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji “*Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram*”.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat diidentifikasi masalah yang akan muncul pada penelitian ini adalah banyaknya masyarakat yang belum dapat memahami bahasa persuasif yang disampaikan dalam sebuah iklan dan bahasa persuasif apa saja yang terdapat pada iklan kecantikan di media sosial *instagram*.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini lebih berfokus dan lebih mendalam perlu adanya batasan masalah. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus Analisis penggunaan bahasa persuasif pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram*.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimanakah penggunaan bahasa persuasif pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram?*

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui penggunaan bahasa persuasif pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram*.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Diharapkan dalam hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik untuk berbagai pihak. Manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoristis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang baik dan berkembang tentang penggunaan bahasa persuasif pada iklan.
  - b. Hasil dari kajian-kajian yang digunakan dalam penelitian ini agar lebih dapat berkembang dan memperluas.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi pemilik iklan, penelitian ini dapat menambahkan wawasan agar lebih memahami penggunaan bahasa persuasif pada iklan.

- b. Bagi Pembaca, penelitian ini dapat memberikan manfaat dan pemahaman yang berkembang tentang penggunaan bahasa persuasif pada iklan.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORETIS**

#### **A. Kerangka Teoretis**

Penelitian akan mengurai beberapa teori yang digunakan sebagai panduan dalam menyusun skripsi yang berisi tentang pengertian bahasa, hakikat bahasa persuasif, pengertian iklan, pengertian media sosial, dan instagram.

##### **1. Pengertian Bahasa**

Bahasa Indonesia merupakan bahasa resmi, tetapi kurangnya kesadaran untuk mencintai bahasa dinegri sendiri berdampak pada tergilasnya atau lunturnya Bahasa Indonesia dalam pemakaiannya dalam masyarakat (Yusni,2019:112).

Dalam pendapat diatas Bahasa Indonesia saat ini mengalami kelemahan dalam pemakainanya, karena banyaknya bahasa asing yang mulai mempengaruhi pemakaian bahasa yang mulai bercampur dengan bahasa lainnya. Penggunaan bahasa dalam komunikasi sehari-hari jangan sampai membuat kita menghilangkan jadi diri sebagai bangsa Indonesia. Bahasa mulai dipengaruhi dengan adanya seiring berkembangnya zaman yang mulai aktif di media sosial dan memakai bahasa yang lebih sering ada di media sosial yang dimiliki.

##### **2. Hakikat Bahasa Persuasif**

Bahasa persuasif adalah seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang di kehendaki pada waktu itu dan waktu yang akan datang. Bahasa persuasif suatu usaha untuk menciptakan kesesuaian atau kesepakatan melalui kepercayaan. Untuk menerima dan

melakukan sesuatu yang kita inginkan, perlu diciptakan suatu dasar kepercayaan (Keraf,2007:118).

Bahasa Persuasif adalah paragraf yang mengajak, membujuk dan mempengaruhi pembaca atau pendengar agar melakukan sesuatu agar menjadi menarik dengan isi dan ide dalam informasi tersebut (Munira,2015:183).

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa bahasa persuasif merupakan bahasa yang digunakan dalam mempengaruhi ataupun menarik perhatian seseorang sehingga mendapatkan kepercayaan untuk membeli ataupun melihat sesuatu yang dipaparkan atau di perlihatkan.

Persuasif selalu bertujuan untuk merubah pikiran orang lain untuk menerima dalam melakukan sesuatu yang kita inginkan. Karena tujuan terakhir persuasif adalah agar pembaca dan pendengar dapat melakukan sesuatu, maka persuasif menggunakan cara-cara untuk mengambil keputusan (Keraf,2007:118-119).

## **2. Dasar-dasar Bahasa Persuasif**

Ada tiga syarat yang harus di penuhi untuk mengdakan persuasi diantaranya (1) watak dan kreadibilitas pembicara; (2) kemampuan mengendalikan emosi; dan (3) Bukti-bukti (Keraf,2007:121).

### **a. Watak dan Kreadibitas**

Watak dan kredibilitas merupakan salah satu faktor yang harus diperhitungkan. Persuasif akan berlangsung sesuai dengan harapan pembicara, bila para hadirin telah mengenal pembicara seorang yang memiliki watak baik. Watak dan seluruh kepribadian seorang penulis dapat diketahui dari segala pembicaraan ataupun karangannya.

Kepercayaan (kredibilitas) akan timbul dan terlihat ketika pembicara atau penulis jujur pada para hadirin, bila ia terbuka menjawab semua pertanyaan dan menerima setiap kritik yang diberikan ataupun dilontarkan secara simpatik (Keraf,2007:121-122).

### **b. Kemampuan mengendalikan Emosi**

Mengendalikan emosi merupakan kesanggupan pembicara untuk mengobarkan emosi dan sentimen hadirin, maupun kesanggupan untuk merendahkan atau memadamkan emosi dan sentimen itu bila perlu. Emosi tidak perlu digalakkan sedemikian rupa, sehingga hadirin tidak diberi kesempatan untuk berfikir atau menilai persoalan. Emosi haruslah jadi alat untuk mencapai kesepakatan, jangan di jadikan tujuan.

Karena, emosi yang dikobarkan tanpa landaskan kematangan ilmiah dan kematangan moral, sukar dikendalikan. Sebab itu, secara moral dan bertanggung jawab, pembicara atau penulis harus menyiapkan isi yang sesuai dengan maksud yang akan dicapai persuasif (Keraf,2007:122-123).

### **c. Bukti-bukti**

Persuasif harus sanggup untuk menyodorkan sebuah bukti-bukti (evidensi) mengenai suatu kebenaran. Pembicara harus dapat diandalkan kebenarannya, dan tidak terlalu abstrak sifatnya bagi para hadirin. Fakta-fakta tetap merupakan faktor yang dapat menanamkan kepercayaan untuk persuasif. Yang penting adalah bagaimana fakta yang sekadarnya itu disodorkan dapat dijalin dengan faktor emosional, sehingga dapat tercapai maksud pembicara (Keraf,2007:123-124).

## **4. Teknik-teknik Bahasa Persuasif**

Persuasif secara khusus mempergunakan beberapa teknik-teknik atau metode-metode yang biasa di pergunakan adalah: *rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, proyeksi, dan penggantian* (Keraf,2007:124).

### **a. Rasionalisasi**

Rasionalisasi merupakan sebuah penggunaan akal untuk memberikan suatu dasar pembenaran kepada suatu persoalan, di mana dasar atau alasan itu tidak merupakan sebab langsung dari masalah itu. Rasionalisasi sebenarnya memperlihatkan suatu yang tampaknya dapat diterima oleh akal sehat atau logika. Tetapi rasionalisasi mengandung perbedaan dengan logika. Perbedaan antara logika dan rasionalisasi terletak pada motivasi yang ditimbulkannya. Sebab itu, rasionalisasi dalam persuasif akan berlangsung dengan baik bila pembicaraan atau penulis mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan hadirin, serta bagaimana sikap dan keyakinan mereka (Keraf,2007:124-125).

### **b. Identifikasi**

persuasif berusaha menghindari situasi konflik dan sikap ragu-ragu, maka pembicara harus menganalisis hadirinnya dan seluruh situasi yang dihadapinya dengan seksama. Dengan menganalisa hadirin dan seluruh situasi, maka pembicara dengan mudah dapat mengidentifikasi dirinya dengan hadirin. Identifikasi merupakan kunci keberhasilan pembicara, bila terdapat situasi konflik antara pembicara dan hadirin, maka pembicara harus berusaha mengaburkan situasi konflik tersebut, sehingga dapat diciptakan dasarbukum yang sama (Keraf,2007:125-126).

### **c. Sugesti**

Sugesti adalah suatu usaha membujuk atau mempengaruhi orang lain untuk menerima suatu dasar kepercayaan atau pendirian tertentu tanpa memberi suatu dasar kepercayaan yang logis pada orang yang ingin dipengaruhi.sugesti sering merupakan pembebasan dari suatu pola yang sudah ada pada seseorang untuk dapat menciptakan sesuatu hal atau pola yang baru (Keraf,2007:126-128).

### **d. Konformitas**

Konformitas adalah suatu keinginan atau suatu tindakan untuk membuat diri serupa dengan sesuatu hal yang lain. Konformitas adalah suatu mekanisme mental untuk menyesuaikan diri atau mencocokkan diri dengan sesuatu yang diinginkan itu. Sikap yang diambil pembicara untuk menyesuaikan diri dengan keadaan supaya tidak timbul ketegangan adalah juga menyangkut konformitas (Keraf,2007:128).

### **e. Kompensasi**

Kompensasi adalah suatu tindakan atau suatu hasil dari usaha untuk mencari sesuatu pengganti (substitut) bagi sesuatu hal yang tak dapat diterima, atau suatu sikap pada keadaan yang tidak dapat dipertahankan (Keraf,2007:129).

### **f. Pengganti**

Pengganti (displacement) adalah suatu proses yang berusaha menggantikan suatu maksud atau hal yang mengalami rintangan dengan suatu maksud atau hal lain yang sekaligus juga menggantikan emosi kebencian asli, atau kadang-kadang emosi cinta kasih yang asli (Keraf,2007:130).

### **g. Proyeksi**

Proyeksi adalah suatu teknik untuk menjadikan sesuatu yang tadinya adalah subyek menjadi obyek. Sesuatu sifat atau watak yang dimiliki seseorang, tidak mau diakui lagi sebagai sifat atau wataknya, tetapi dilontarkan sebagai sifat dan watak orang lain. Jika seseorang diminta untuk mendeskripsikan seseorang yang tak disenanginya, ia akan berusaha untuk mendeskripsikan hal-hal yang baik mengenai dirinya sendiri. Kesalahan yang dilakukan seseorang dilemparkannya kepada orang lain, bahwa orang lain itu yang melakukannya (Keraf,2007:131).

## **5. Iklan**

Iklan adalah suatu bentuk pemberitahuan dalam hal perdagangan, yang mengarah pada bentuk reklame. Pemberitahuan bersifat promosi terhadap suatu

produk untuk dipasarkan pada masyarakat konsumen secara umum (Kridalaksana,2014:30).

Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan maka dapat diartikan bahwa, iklan adalah wadah untuk seseorang menunjukkan dan mempromosikan produk yang dijual agar mendapatkan perhatian dan ketertarikan untuk membeli dan memiliki produk tersebut.

### **1. Tujuan Iklan**

Iklan memiliki tujuan khusus dalam penyajiannya agar dapat dijadikan sebagai media yang baik dalam bentuk promosi. Tujuan iklan adalah memberikan pesan kepada orang lain agar dapat merasa tertarik, ingin memiliki dan membeli produk yang diinginkan.

### **2. Jenis-jenis Iklan**

Secara garis besar ada beberapa jenis iklan yang dapat di pahami,sebagai berikut :

1. Iklan konsumen yang pada dasarnya barang yang umum dibeli oleh masyarakat , seperti shampo,sabun mandi, sabun cuci, makanan dan minuman.
2. Iklan antara bisnis, kegunaan mempromosikan barang-barang dan jasa konsumen. Artinya baik memasang maupun sasaran iklan semuanya dari suatu perusahaan.

3. Iklan perdagangan, iklan ini secara khusus ditunjukkan kepada kalangan distributor, pedagang-pedagang para agen, eksportir, importer, para pedagang besar kecil.
4. Iklan eceran, keunikan iklan eceran karena karakteristiknya berada diantara iklan barang dagangan dan iklan barang konsumen.
5. Iklan keuangan, secara umum iklan keuangan meliputi iklan-iklan untuk bank, jasa, asuransi, tabungan dan investasi.
6. Iklan lowongan kerjaan, secara garis besar terdiri dua jenis yakni, diisi oleh pencari kerja dan iklan yang berasal dari lembaga perusahaan atau biro-biro rekrutmen yang diberi wewenang untuk mencari dan memilih calon pencari kerja (Jeknis, 2000:39).

Penggunaan bahasa persuasif pada iklan bertujuan menginformasikan produk yang dimiliki sebuah perusahaan agar menarik perhatian, memengaruhi, dan membujuk pembaca membeli dan menggunakan produk tersebut. Iklan produk kecantikan dikatakan unik karena menyajikan sebuah iklan yang berbeda dibandingkan iklan produk makanan ataupun produk-produk lainnya. Penyajian tersebut berupa penampilan model cantik, menarik, dan populer sebagai jati diri perempuan yang sempurna. Selain itu adanya dukungan pemakaian bahasa persuasif menjadi tambahan ketertarikan calon konsumen terhadap produk kecantikan tersebut.

Produk kecantikan merupakan iklan yang menampilkan keindahan pada penampilan diri seseorang yang menjadikan dirinya menarik, cantik, dan dapat

mempengaruhi banyak orang yang akan membeli produk yang diiklankan di media sosial.

## **6. Media Sosial**

Media sosial adalah teknologi informasi yang berbasis internet sebagai alat komunikasi mampu sebagai media yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai fitur-fitur pada *hanphone* yang kerap digunakan sebagai alat komunikasi (Yusni,2019:29). Alat komunikasi sebagai media sosial memberikan banyak sekali kemudahan kepada para penggunanya. Media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi banyak orang dengan berbagai keperluan, seperti mempromosikan iklan, memberikan kabar terbaru, sebagai media bisnis dan sebagainya. Banyak media sosial yang selalu di gunakan saat ini, seperti *instagram*.

*Instagram* adalah suatu media sosial yang menjadi wadah untuk masyarakat bersosialisasi dengan cara mengunggah foto atau video. Pada foto atau video yang di unggah dapat berisi berbagai macam kegiatan ataupun penawaran yang menarik, seperti iklan, nasihat, komedi dan lain sebagainya. Berbagai macam iklan telah ditampilkan untuk memikat atau menawarkan berbagai produk, seperti iklan kecantikan. Iklan kecantikan selalu menawarkan berbagai kosmetik dengan tren kekinian.

### **B. Kerangka Konseptual**

Berdasarkan hasil paparan kerangka teoretis bahasa persuasif adalah seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang di kehendaki pada waktu itu dan waktu yang akan datang. Bahasa persuasif suatu

usaha untuk menciptakan kesesuaian atau kesepakatan melalui kepercayaan. Untuk menerima dan melakukan sesuatu yang kita inginkan, perlu diciptakan suatu dasar kepercayaan.

### **C. Pernyataan Penelitian**

Penelitian adalah penelitian deksriptif kualitatif, sehingga tidak menggunakan hipotesis penelitian. Berdasarkan kerangka teoretis dan kerangka konseptual di atas, adapun pernyataan peneliti yaitu Dalam iklan tersebut menemukan keterkaitan penggunaan bahasa persuasif dan ditemukan tiga macam teknik persuasif, yaitu teknik rasionalisasi, teknik kompensasi, dan teknik sugesti pada iklan kecantikan di media sosial *instagram* produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marshwillow Cosmetik.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian studi kepustakaan sehingga tidak membutuhkan lokasi khusus untuk tempat penelitian. Adapun waktu yang direncanakan dalam penelitian ini tampak pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1**  
**Rancangan Waktu Penelitian**

Kegiatan	Bulan/Minggu																																							
	Juni				Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Penentuan Judul Penelitian	■	■	■	■																																				
2. Pembuatan Proposal Penelitian				■	■	■	■	■	■	■	■	■																												
3. Bimbingan Proposal Penelitian													■	■	■	■																								
4. Perbaikan Proposal																	■	■	■	■																				
5. Seminar Proposal																					■																			
6. Perbaikan Proposal Penelitian																									■	■	■	■												
7. Pelaksanaan Penelitian																													■	■	■	■								
8. Menganalisis Data																																	■	■	■	■				
9. Penulisan Skripsi																																					■	■	■	■
10. Bimbingan Skripsi																																					■	■	■	■
11. Persetujuan Skripsi																																								
12. Sidang Meja Hijau																																								

## **B. Sumber Data Dan Data Penelitian**

### **a. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto,2006:129). Sumber data dari penelitian yaitu produk kecantikan Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marshwillow Cosmetik yang terdapat di media sosial *Instagram*.

### **b. Data Penelitian**

Data penelitian adalah hasil pencatatan peneliti baik berupa fakta ataupun angka (Arikunto,2006:118). Data-data penelitian ini berdasarkan bahasa persuasif pada kutipan-kutipan iklan kecantikan yang terdapat di media sosial *instagram*.

## **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian (Arikunto,2006:160). Kemudian menurut Sugiyono (2017: 3), metode penelitian adalah sebagai cara *ilmiah* untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang memaparkan keadaan objek berupa data tertulis dari sebuah cetakan. Dengan demikian, paparan tersebut menjabarkan bahasa persuasif yang digunakan iklan kecantikan produk kecantikan Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik pada media sosial *instagram* berdasarkan fakta yang ada.

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dan nilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2017:61). Pada penelitian variabel yang akan diteliti adalah penggunaan bahasa persuasif pada produk produk kecantikan Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *iklan kecantikan dimedia sosial instagram*.

#### **E. Definisi Operasional**

1. Bahasa persuasif adalah seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang di kehendaki pada waktu itu dan waktu yang akan datang. Persuasif suatu usaha untuk menciptakan kesesuaian atau kesepakatan melalui kepercayaan. Untuk menerima dan melakukan sesuatu yang kita inginkan, perlu diciptakan suatu dasar kepercayaan.
2. Media sosial adalah teknologi informasi yang berbasis internet sebagai alat komunikasi mampu sebagai media yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai fitur-fitur pada *hanphone* yang kerap digunakan sebagai alat komunikasi
3. *Instagram* adalah suatu media sosial yang menjadi wadah untuk masyarakat bersosialisasi dengan cara mengunggah foto atau video. Pada foto atau video yang di unggah dapat berisi berbagai macam kegiatan

ataupun penawaran yang menarik, seperti iklan, nasihat, komedi dan lain sebagainya.

4. Iklan adalah suatu bentuk pemberitahuan dalam hal perdagangan, yang mengarah pada bentuk reklame. Pemberitahuan bersifat promosi terhadap suatu produk untuk dipasarkan pada masyarakat konsumen secara umum.
5. Produk kecantikan merupakan iklan yang menampilkan keindahan pada penampilan diri seseorang yang menjadikan dirinya menarik, cantik, dan dapat mempengaruhi banyak orang yang akan membeli produk yang diiklankan di media sosial

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Arikunto,2006:160).

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan data tentang penggunaan bahasa persuasif pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *iklan kecantikan dimedia sosial instagram*. Data didapatkan dari tabel dan ditambahkan dengan keterangan sehingga mempermudah dalam memproses data.

**Tabel 3.2**  
**Penggunaan bahasa persuasif pada**  
**Pada iklan kecantikan di media sosial *instagram***

No	Nama Produk	Jenis Produk	Data	Edisi
1.	Inul Beauty			
2.	Jedar Cosmetik			
3.	Dissy Cosmetik			
4.	Madane Gie			
5.	Marswillow Cosmetik			

#### **G. Tehnik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis, data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono,2017:335). Untuk mempermudah dalam menganalisis data, peneliti melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memahami isi dari kutipan yang terdapat pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *iklan kecantikan di media sosial instagram*.
- b. Mengumpulkan data dari isi produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *iklan kecantikan di media sosial instagram*.

- c. Menggaris bawahi isi kutipan-kutipan yang terdapat pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *iklan kecantikan di media sosial instagram*.
- d. Mendeskripsikan isi kutipan-kutipan yang terdapat pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *iklan kecantikan di media sosial instagram*.
- e. Menyimpulkan hasil penelitian pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik yang terdapat pada *iklan kecantikan di media sosial instagram*.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data adalah salah satu kegiatan yang dilakukan untuk melaporkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan tujuan agar penelitian yang telah dilakukan dapat dipahami dan terlihat jelas. Berikut ini hasil deskripsi data penelitian analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial *Instagram*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada data berikut ini:

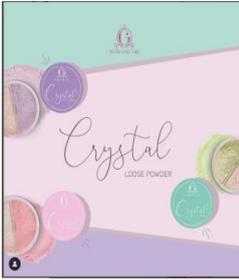
**Tabel 4.1**

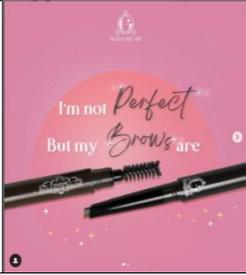
#### Deskripsi Data Penelitian Iklan Kecantikan di Media Sosial *Instagram*

No	Nama Produk	Jenis Produk	Data	Edisi
1.	Inul Beauty		Ingin selalu tampil ON dan cantik sepanjang hari? Jangan lupa gunakan Loose Powder Natural Beige dari Inul Beauty karena dapat membantu menyerap kelebihan minyak pada kulit wajah, dengan butiran halus mutiara membuat wajah semakin cerah dan bersinar.	<i>Best seller</i>
			Hi Ladies, bagi kamu yang lagi suka belajar make up, wajib banget nih menggunakan base make up, salah satunya base make up BB Cream by Inul Beauty.  BB Cream by Inul Beauty mengandung SPF & Antioksidan, memiliki tekstur yang ringan dan dapat menutupi noda di wajah, membuat wajah terlihat lebih halus & cerah.	<i>Best seller</i>

			<p>Hi ladies, buat kalian yang ingin tampil cantik tapi nggak mau ribet? Metallic Lip Cream by Inul Beauty pilihan yang tepat. Selain digunakan sebagai Lip Cream bisa juga di aplikasikan sebagai eyeshadow. Dengan butiran metalik menjadikan kamu terlihat cantik, sexy dan menawan.</p>	<p><i>Best seller</i></p>
			<p>Happy weekend ladies, Ingin membuat alis yang indah? Atau sedang belajar membuat alis? Bingung mesti pilih eyebrow yang seperti apa untuk membuat alis tampak natural? Pencil alis dengan ujung pensil yang lembut disertai sikat halus sehingga mudah untuk membentuk alis agar terlihat tebal, rapi, &amp; menjadikan tampilan alis semakin sempurna.</p>	<p><i>Best seller</i></p>
2.	Jedar Cosmetik		<p>Hai, udah cobain <a href="#">#magicdust</a> belum? selain fungsinya menutupi pori-pori wajah, magic dust juga dapat membuat tekstur muka kamu jadi mulus loh. Gak percaya? cobain dulu ya sekarang.</p>	<p><i>Magic Dust</i></p>
			<p>Tidak hanya cantik dari luar tetapi juga harus cantik dari dalam. Dengan <a href="#">#jedarskincare</a> semuanya bisa terjadi. Rangkaian perawatan dari <a href="#">#jedarskincare</a>. Merawat kulit wajah dari dalam dan memberikan hasil maksimal. Tidak percaya? Buktikan sendiri</p>	<p><i>Magic Dust</i></p>

			<p>Varian terbaik dari <a href="#">#jedarcosmetic</a>. Warna nude yang membuat bibir kamu langsung tidak terlihat kusam. Produk ini lembut dipakai di bibir karena formulanya telah disesuaikan dengan kulit wanita Asia Yuk buruan, persediaan terbatas.</p>	<p><i>Magic Dust</i></p>
			<p>Saat kembali beraktivitas, selalu pancarkan kebahagiaan Anda dengan riasan disekitar mata. Bersama Jedar Cosmetics dapetin promo harian dan disc menarik.</p>	<p><i>Magic Dust</i></p>
3.	Dissy Cosmetic		<p>Dissy Two Way Cake merupakan bedak padat dengan foundation dan dilengkapi Vitamin E, A, serta UV Filter. Dissy Two Way Cake Natural sangat cocok untuk kulit kuning langsat. Dapatkan potongan harga Rp 25.000 setiap pembelian Dissy Two Way Cake Bundle (all variant) melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia.</p>	<p><i>Reborn</i></p>
			<p>Rahasia kulit cerah hanya dalam 3 minggu. Rangkaian skincare Dissy kaya akan vitamin C dan lightening agent yang menutrisi dan mencerahkan wajah.</p>	<p><i>Reborn</i></p>
			<p>Dissy Lipstick Matte dengan hasil matte yang tahan lama di bibir, namun tidak menyebabkan bibir pecah-pecah dan kering karena mengandung moisturizer serta dilengkapi dengan UV Filter dan Anti Oxidant.</p>	<p><i>Reborn</i></p>

			<p>Dissy Eyebrow Pencil merupakan pensil alis yang mudah diaplikasikan, memiliki tekstur yang lembut, pigmentasi warna yang baik, hasil yang natural serta mengandung waterproof formula.</p> <p>Dissy Eyebrow Pencil dilengkapi dengan sikat pada ujung pensil yang membantu meratakan warna alis.</p>	<i>Reborn</i>
4.	Madane Gie		<p>Dengan formula yang lembut, ringan, dan nyaman untuk digunakan sepanjang hari, bedak ini dilengkapi oleh shimmer yang memberikan kilau alami pada wajah sekaligus menyamarkan pori-pori dan garis halus pada wajah. Dengan hasil akhir matte yang membuat wajah tetap segar dan bebas minyak sepanjang hari.</p>	<i>Crystal</i>
			<p>Perawatan untuk kulit sensitif dan berjerawat memang perlu ekstra, kamu bisa atasi dengan Madame Cares!</p> <p>Terdapat kandungan Willow Bark yang mampu meredakan jerawat meradang dan bikin kamu ngga khawatir lagi kalau kulit lagi kurang bersahabat.</p> <p>Jangan sampai jerawat membuat mu tidak percaya diri yah! Kamu tetap cantik bagaimanapun kondisi wajah mu.</p>	<i>Glowwith</i>
			<p>Ini dia MG'ers Madame Glips yang bikin bibir kamu berkilau alami karena selain warna-warna nya yang cakep banget. Madame Glips bisa kasih effect plum di bibir kamu dan juga melembabkan bibir loh karena mengandung Vitamin E. Yuk MG'ers buruan cobain lip product terbaru dari Madame Gie yang satu ini!</p>	<i>Gliter</i>
			<p>Punya eyebrows yang sempurna itu mimpi setiap wanita, gak sih? Dengan Madame Perfect Brow, alis</p>	<i>Perfect Brows</i>

			impian MG'ers bisa banget di dapetin karena eyebrow crayon ini memiliki design rotasi 360° yang membuat kamu semakin mudah untuk mengikuti bentuk alis asli dengan presisi, ditambah sikat bulu yang membuat alis kamu semakin full dan cetar.	
5.	Marswillow Cosmetik		Willovers kalo kalian suka susah nemuin shade yang tepat buat kulit kalian, tow way cake dari marshwillow terdapat 4 varian warna yang sudah di sesuaikan sama warna kulit-kulit wanita Indonesia, dari warna kulit terang hingga yang sedikit lebih gelap. Yuk langsung ada checkout di marketplace kesayangan kamu	<i>Tow Way Cake</i>
			Untuk kamu yang masih beraktifitas di luar rumah dan memakai makeup, BB Cream Marshwillow cocok banget untuk kamu pakai ke kantor, main, jalan-jalan, ke kampus, dan lainnya! Teksturnya yang ringan, medium coverage, gak lengket, dan tahan lama bikin kamu tampil cantik seharian!	<i>Be Glow &amp; Be Bright</i>
			Lipstick coklat yang lagi viral. KISS BAR LIP MATTE dari Marshwillow ini bagus banget hoo, tapi ga Cuma bagus lip matte ini udah ada kandungan Vit. E yang bisa menutrisi bibir kalian. Dan juga kalau kalian pakai ini rasanya kayak lagi makan coklat, soalnya wangi coklat banget	<i>Kiss Bar</i>
			Untuk riasan alis, coba pakai Browlicious Matic Eyebrow ini. Pencil alis matic ini creamy banget saat disapukan ke alis, warna yang terlihat juga pigmented. Mau membuat stroke rambut alis atau mengisi alis yang kosong jadi mudah deh.	<i>Brown Licious</i>

## B. Analisis Data

Analisis data yang dijelaskan menyangkut bahasa persuasif iklan kecantikan produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madame Gie dan Marswillow. Hal ini dapat diuraikan pada pembahasan yang akan dijabarkan sebagai berikut :

### a. Analisis Produk Inul Beauty

#### 1. Bedak Edisi Best seller

Ingin selalu tampil ON dan cantik sepanjang hari? Jangan lupa gunakan **Loose Powder Natural Beige dari Inul Beauty karena dapat membantu menyerap kelebihan minyak pada kulit wajah, dengan butiran halus mutiara membuat wajah semakin cerah dan bersinar.**

Bahasa persuasif pada iklan bedak produk Inul Beauty ini sangat menarik. Penggunaan kata *Loose Powder Natural Beige dari Inul Beauty karena dapat membantu menyerap kelebihan minyak pada kulit wajah, dengan butiran halus mutiara membuat wajah semakin cerah dan bersinar.* merupakan kalimat bahasa persuasif yang menyatakan bahwa hanya bedak produk Inul Beauty yang dapat membuat menyerap minyak diwajah dan membuat wajah semakin cerah dengan kandungan butiran mutiara didalamnya. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi yang bertujuan memaparkan manfaat dari Loose Powder Natural Beige.

#### 2. Krim Wajah Edisi Best seller

Hi Ladies, bagi kamu yang lagi suka belajar make up, wajib banget nih menggunakan base make up, salah satunya base make up BB Cream by Inul Beauty. **BB Cream By Inul Beauty mengandung SPF & antioksidan, memiliki tekstur yang ringan dan dapat menutupi noda diwajah, membuat wajah terlihat lebih halus.**

Bahasa persuasif yang digunakan pada krim wajah produk Inul Beauty ini dapat menarik perhatian konsumen dengan kalimat *BB Cream By Inul Beauty mengandung SPF & antioksidan, memiliki tekstur yang ringan dan dapat menutupi noda diwajah, membuat wajah terlihat lebih halus*. Kalimat tersebut adalah bahasa persuasif yang menyatakan hanya krim wajah produk Inul Beauty yang dapat membuat noda diwajah meghilaang dan terlihat lebih halus dengan begitu banyak kandungan didalamnya. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi pada kalimat yang bertujuan memaparkan kebenaran manfaat dari BB Cream By Inul Beauty.

### 3. Lipstik Edisi Best seller

**Hi ladies, buat kalian yang ingin tampil cantik tapi gak mau ribet? Mettalic Lip Cream by Inul Beauty pilihan yang tepat.** Selain digunakan sebagai *Lip Cream* bisa juga di aplikasikan sebagai *eyeshadow*. **Dengan butiran metalik menjadikan kamu terlihat sexy dan menawan.**

Bahasa persuasif pada lipstik produk Inul Beauty ini sangat mempengaruhi dan membuat konsumen tertarik dengan disertai kalimat *Hi ladies, buat kalian yang ingin tampil cantik tapi gak mau ribet? Mettalic Lip Cream by Inul Beauty pilihan yang tepat. Dengan butiran metalik menjadikan kamu terlihat sexy dan menawan*. Bahasa tersebut adalah bahasa persuasif yang menyatakan bahwa hanya *Mettalic Lip Cream* yang dapat membuat terlihat sexy dan menawan serta tidak membuat ribet. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik sugesti pada kalimat yang todak logis karena jika ingin tampil cantik selalu menggunakan banyak alat kecantikan yang membuat ribet.

#### 4. Pensil Alis Edisi Best seller

Happy weekend ladies, ingin membuat alis yang indah? Atau sedang belajar membuat alis?. Bingung mesti pilih eyebrow yang seperti apa untuk membuat alis tampak natural? Pencil alis dengan ujung pencil alis yang lembut disertai **sikat halus sehingga mudah untuk membentuk alis agar terlihat tebal, rapi dan menjadikan tampilan alis semakin sempurna.**

Produk ini menggunakan bahasa persuasif yang sangat menarik. Pada kalimat *sikat halus sehingga mudah untuk membentuk alis agar terlihat tebal, rapi dan menjadikan tampilan alis semakin sempurna.* Iklan ini menggunakan kalimat bahasa persuasif yang sangat menarik konsumen, karena produk ini dapat membuat alis menjadi tebal dan rapi sehingga terlihat menjadi sempurna. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi pada kalimat yang bertujuan memaparkan kebenaran manfaat dari Pensil Alis Edisi Best seller.

#### b. Analisis Produk Jedar Cosmetik

##### 1. Bedak Edisi *Magic Dust*

Hai, udah cobain #*magicdust* belum? **Selain fungsinya menutupi pori-pori wajah, *magic dust* juga dapat membuat tekstur muka kamu jadi mulus loh. Gak percaya? Cobain dulu ya sekarang.**

Menggunakan bahasa persuasif sangatlah penting untuk menarik perhatian konsumen pada iklan. Pada iklan diatas menggunakan bahasa persuasif yang dapat menarik konsumen dengan kalimat *Selain fungsinya menutupi pori-pori wajah, magic dust juga dapat membuat tekstur muka kamu jadi mulus loh. Gak percaya? Cobain dulu ya sekarang.* Kalimat tersebut merupakan bahas persuasif artinya hanya bedak produk Jedar Cosmetik yang dapat membuat tekstur muka menjadi mulus. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi

pada kalimat yang bertujuan memaparkan kebenaran manfaat dari BB Cream By Inul Beauty.

## 2. Krim Wajah Edisi *Magic Dust*

**Tidak hanya cantik dari luar tetapi juga harus cantik dari dalam.** Dengan #jedarskincare semua bisa terjadi. Rangkaian perawatan dari #jedarskincare. **Merawat kulit wajah dari dalam dan memberikan hasil maximal. Tidak percaya? Buktikan sendiri.**

Iklan krim wajah diatas menggunakan kalimat bahasa persuasif *Tidak hanya cantik dari luar tetapi juga harus cantik dari dalam. Merawat kulit wajah dari dalam dan memberikan hasil maximal. Tidak percaya? Buktikan sendiri.* Kalimat bahasa persuasif pada iklan artinya hanya krim wajah produk Jedar Cosmetic yang dapat membuat kulit wajah dan bersih sempurna hingga hasil yang *maximal*. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik konpensasi yang bertujuan untuk memberikan jaminan bahwa produk krim wajah *magic dust* dapat membuat cantik luar dan dalam dengan hasil yang sempurna.

## 3. Lipstik Edisi *Magic Dust*

Variasi terbaik #jedarcosmetic. Warna nude yang membuat bibir kamu langsung tidak terlihat kusam. **Produk ini lembut dipakai di bibir karena formulanya telah disesuaikan dengan kulit wanita asia. Yuk buruan, persediaan terbatas.**

Bahasa persuasif digunakan dalam iklan untuk menarik perhatian konsumen. Iklan diatas menggunakan kalimat persuasif *produk ini lembut di bibir karena formulanya telah disesuaikan dengan kulit wanita asia serta persediaan yang sangat sedikit. Yuk buruan, persediaan terbatas.* Kalimat bahasa persuasif artinya hanya lipstik produk Jedar Cosmetic edisi *magic dust* yang sangat cocok untuk kulit wanita asia dan memiliki persediaan terbatas. Dalam iklan tersebut

menggunakan teknik konpensasi pada kalimat yang bertujuan untuk memberikan jaminan bahwa produk lipstik *magic dust* paling cocok untuk kulit wanita asia dengan jumlah yang tidak banyak.

#### 4. Pensil Alis Edisi *Magic Dust*

Saat kembali beraktivitas, **selalu pancarkan kebahagiaan anda dengan riasan disekitar mata. Bersama Jedar Cosmetics dapetin promo harian dan discon menarik.**

Iklan ini menggunakan bahasa persuasif untuk menarik konsumen pada kalimat *selalu pancarkan kebahagiaan anda dengan riasan disekitar mata. Bersama Jedar Cosmetics dapetin promo harian dan discon menarik.*

Kalimat bahasa persuasif artinya pensil alis produk Jedar Cosmetik yang dapat memberikan promo harian dan potongan harga yang sangat menarik serta dapat memancarkan kebahagiaan. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik konpensasi yang selalu memberikan potongan harga setiap pembeliannya.

### c. Analisis Produk Dissy Cosmetik

#### 1. Bedak Edisi Reborn

Dissy *Two Way Cake* merupakan bedak padat dengan *foundation* dan dilengkapi Vitamin E, A, serta UV filter. **Dissy Two Way Cake natural sangat cocok untuk kulit kuning langsung. Dapatkan potongan harga Rp 25.000 setiap pembelian Dissy Two Way Cake Bundle (all variant) melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia.**

Iklan diatas menggunakan bahasa persuasif yang dapat menarik konsumen dengan kalimat *Dissy Two Way Cake natural sangat cocok untuk kulit kuning langsung. Dapatkan potongan harga Rp 25.000 setiap pembelian Dissy Two Way Cake Bundle (all variant) melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia.* Kalimat tersebut merupakan bahas persuasif artinya hanya bedak produk Dissy Cosmetik

yang dapat cocok digunakan untuk yang berkulit kuning langsung dan banyak mendapatkan potongan harga bila melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik kompensasi yang bertujuan untuk memberikan jaminan bahwa produk *Dissy Two Way Cake natural* selalu memberikan potongan harga setiap pembeliannya dan sangat cocok untuk kulit kuning langsung.

## 2. Krim Wajah Edisi Reborn

**Rahasia kulit cerah hanya dalam 3 minggu.** Rangkaian skincare Dissy kaya akan vitamin C dan lightening agent yang menutrisi dan mencerahkan wajah.

Iklan krim wajah diatas menggunakan kalimat bahasa persuasif *Rahasia kulit cerah hanya dalam 3 minggu*. Kalimat bahasa persuasif pada iklan artinya hanya krim wajah produk Dissy Cosmetik yang dapat membuat kulit cerah dalam waktu 3 minggu. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik sugesti yang tidak logis karena menghasilkan kulit yang cerah membutuhkan waktu lebih dari 3 minggu.

## 3. Lipstik Edisi Reborn

Dissy *Lipstick Matte* dengan hasil **“matte” yang tahan lama dibibir, namun tidak menyebabkan bibir pecah-pecah dan kering** karena mengandung *moisturizer* serta dilengkapi dengan UV filter dan anti *oxidant*. **Dapatkan DISKON 20% setiap pembelian Dissy Lipstick Matte warna apa saja, melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia.**

Bahasa persuasif digunakan dalam iklan untuk menarik perhatian konsumen. Iklan diatas menggunakan kalimat persuasif *dengan hasil matte yang tahan lama dibibir, namun tidak menyebabkan bibir pecah-pecah dan kering. Dapatkan DISKON 20% setiap pembelian Dissy Lipstick Matte warna apa saja,*

*melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia*. Kalimat bahasa persuasif artinya hanya lipstik produk Dissy Cosmetik yang tidak membuat bibir pecah-pecah dan kering dan memiliki banyak potongan harga. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi yang memaparkan manfaat dari produk yang ditawarkan agar konsumen dapat mengetahui kebutuhan kosmetik yang dibutuhkan. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi yang berfungsi memaparkan manfaat dari produk *Dissy Lipstick Matte*.

#### 4. Pensil Alis Edisi Reborn

*Dissy Eyebrow* **pencil merupakan pensil alis yang mudah diaplikasikan, memiliki tekstur yang lembut, pigmentasi warna yang baik, hasil yang natural serta mengandung waterproof formula.**

*Dissy Eyebrow* **Pencil dilengkapi dengan sikat pada ujung pensil yang membuat meratakan warna alis.**

Iklan ini menggunakan bahasa persuasif untuk menarik konsumen pada kalimat *pencil merupakan pensil alis yang mudah diaplikasikan, memiliki tekstur yang lembut, pigmentasi warna yang baik, hasil yang natural serta mengandung waterproof formula*. Kalimat bahasa persuasif artinya pensil alis produk Dissy Cosmetik yang dapat memperlihatkan tekstur lembut dengan warna yang baik serta natural dan dapat meratakan alis. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi yang kalimat ini berfungsi memaparkan manfaat dari produk *Dissy Eyebrow*.

#### d. Analisis Produk Madane Gie

##### 1. Bedak Edisi Crystal

Dengan formula yang lembut, ringan, dan nyaman untuk digunakan sepanjang hari, bedak ini dilengkapi oleh *shimmer* yang **memberikan kilau**

**alami pada wajah sekaligus menyamarkan pori-pori dan garis halus pada wajah. Dengan hasil akhir matte yang membuat wajah tetap segar dan bebas minyak sepanjang hari.**

Bahasa persuasif pada iklan bedak produk Madane Gie ini sangat menarik. Penggunaan kata *memberikan kilau alami pada wajah sekaligus menyamarkan pori-pori dan garis halus pada wajah. Dengan hasil akhir yang membuat wajah tetap segar dan bebas minyak sepanjang hari.* merupakan kalimat bahasa persuasif yang menyatakan bahwa hanya bedak produk Madane Gie yang dapat memberikan kilau alami, menyamarkan pori-pori, menghilangkan garis diwajah dan selalu terlihat segar serta bebas dari minyak sepanjang hari. Dalam iklan tersebut menggunakan tehnik rasionalisasi yang berfungsi memaparkan manfaat dari produk Bedak Madane gie.

## 2. Krim Wajah Edisi Glowwith

**Perawatan untuk kulit sensitif dan berjerawat memang perlu ekstra, kamu bisa atasi dengan Madane Cares!**

Terdapat kandungan Willow Bark yang mampu meradang dan bikin kamu ngga khawatir lagi kalau kulit lagi kurang bersahabat. **Jangan sampai jerawat membuatmu tidak percaya diri yah! Kamu tetap cantik bagaimana kondisi wajahmu.**

Bahasa persuasif yang digunakan pada krim wajah produk Inul Beauty ini dapat menarik perhatian konsumen dengan kalimat *perawatan untuk kulit sensitif dan berjerawat memang perlu ekstra. kamu bisa atasi dengan Madane Cares!*

*Jangan sampai jerawat membuatmu tidak percaya diri yah! Kamu tetap cantik bagaimana kondisi wajahmu.* Kalimat tersebut adalah bahasa persuasif yang menyatakan hanya krim wajah produk Madane Gie yang sangat tepat untuk tetap membuat cantik bagaimanapun keadaan kulit wajah sensitif dan berjerawat. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik sugesti yang tidak logis karna dalam

keadaan wajah tidak selalu baik terkadang ada jerawat, kulit berminyak dan terlihat kusam dan membuat tidak percaya diri.

### 3. Lipstik Edisi glitter

Ini dia MG'ers Madame Glips yang **bikin bibir kamu berkilau alami** karena selain warna-warnanya yang cakep banget, **glitterynya juga bikin kamu tampil sparkling di setiap occasion loh!**

Madame Glips bika kasih effect plum di bibir kamu dan juga melembabkan bibir loh karena mengandung Vitamin E. **Yuk MG'ers buruan cobain lip product terbaru dari Madame Gie yang satu ini!**

Bahasa persuasif pada lipstik produk Madame Gie ini sangat mempengaruhi dan membuat konsumen tertarik dengan disertai kalimat *bikin bibir kamu berkilau alami glitterynya juga bikin kamu tampil sparkling di setiap occasion loh!*. *Yuk MG'ers buruan cobain lip product terbaru dari Madame Gie yang satu ini!*. Bahasa tersebut adalah bahasa persuasif yang menyatakan bahwa hanya lipstik produk Madame Gie yang dapat membuat bibir berkilau dengan glitternya dan merupakan produk terbaru. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi yang memaparkan manfaat dari *MG'ers Madame Glips*.

### 4. Pensil Alis Edisi

Punya eyebrows yang sempurna itu mimpi setiap wanita, gak sih?. Dengan **Madame Perfect Brow, alis impian MG'ers bisa banget di dapetin karena eyebrow crayon ini memiliki design rotasi 360° yang membuat kamu semakin mudah untuk mengikuti bentuk alis asli dengan presis, ditambah sikat bulu yang membuat alis kamu semakin full dan cetar.**

Produk ini menggunakan bahasa persuasif yang sangat menarik. Pada kalimat *Madame Perfect Brow, alis impian MG'ers bisa banget di dapetin karena eyebrow crayon ini memiliki design rotasi 360° yang membuat kamu semakin mudah untuk mengikuti bentuk alis asli dengan presis, ditambah sikat bulu yang*

*membuat alis kamu semakin full dan cetar.* Iklan ini menggunakan kalimat bahasa persuasif yang sangat menarik konsumen, karena produk ini dapat membuat alis menjadi banyak dan istimewa. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi yang memaparkan manfaat dari produk yang ditawarkan agar konsumen dapat mengetahui kebutuhan kosmetik yang dibutuhkan. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi yang memaparkan manfaat dari *Madane Perfect Brow*.

#### **e. Analisis Produk Marswillow Cosmetik**

##### 1. Bedak Edisi

Willovers kalo kalian suka susah nemuin shade yang tepat buat kulit kalian, tow way cake dari marshwiilow **terdapat 4 varian warna yang sudah di sesuaikan sama warna kulit-kulit wanita Indonesia, dari warna kulit terang hingga yang sedikit lebih gelap. Yuk langsung ada checkout di marketplace kesayangan kamu.**

Menggunakan bahasa persuasif sangatlah penting untuk menarik perhatian konsumen pada iklan. Pada iklan diatas menggunakan bahasa persuasif yang dapat menarik konsumen dengan kalimat *terdapat 4 varian warna yang sudah di sesuaikan sama warnah kulit-kulit wanita Indonesia, dari kulit terang hingga yang gelap Yuk langsung ada checkout di marketplace kesayangan kamu.* Kalimat tersebut merupakan bahas persuasif artinya hanya bedak produk Marswillow Cosmetik yang sesuai dengan kulit semua wanita Indonesia dari yang berkulit terang hingga yang gelap serta langsung dapatkan di toko terdekat. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik kompensasi yang bertujuan memberikan jaminan bahwa produk bedak marswillow dapat digunakan 4 jenis kulit wanita.

##### 2. Krim Wajah Edisi

Untuk kamu yang masih beraktifitas di luar rumah dan memakai *makeup*. *BB Cream Marshwillow* cocok banget untuk kamu pakai ke kantor, main, jalan-jalan, ke kampus, dan lainnya! **Teksturnya yang ringan, medium coverage, gak lengket, dan tahan lama bikin kamu tampil cantik seharian!**

Bahasa persuasif yang digunakan pada krim wajah produk Inul Beauty ini dapat menarik perhatian konsumen dengan kalimat *teksturnya yang ringan, medium coverage, gak lengket, dan tahan lama bikin kamu tampil cantik seharian*. Kalimat tersebut adalah bahasa persuasif yang menyatakan hanya krim wajah produk Marshwillow Cosmetik yang tidak lengket dan tahan seharian. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik rasionalisasi yang memaparkan manfaat dari *BB Cream Marshwillow*.

### 3. Lipstik Edisi Gliter

**Lipstick coklat yang lagi viral.** *Kiss Bar Lip Matte* dari Marshwillow ini bagus banget lhoo, tapi ga Cuma bagus lip matte ini udah ada kandungan Vit. E yang bisa menutrisi bibir kalian dan juga kalau kalian pakai ini **rasanya kayak lagi makan coklat, soalnya wangi coklat banget.**

Bahasa persuasif pada lipstik produk Inul Beauty ini sangat mempengaruhi dan membuat konsumen tertarik dengan disertai kalimat *Lipstick coklat yang lagi viral*. Bahasa tersebut adalah bahasa persuasif yang menyatakan bahwa hanya lipstik produk Marshwillow Cosmetik yang dapat merasakan makan coklat saat memakainya dan merupakan lipstik yang sangat disukai banyak orang. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik sugesti yang tidak logis karena tidak bisa lipstik dimakan seperti memakan coklat.

### 4. Pensil Alis Edisi

Untuk riasan alis, coba pakai *Browlicious Matic Eyebrow* ini. Pensil alis *matic* ini creamy banget saat disapukan ke alis, warna yang terlihat juga

*pigmented*. **Mau membuat stroke rambut alis atau mengisi alis yang kosong jadi mudah** deh.

Iklan ini menggunakan bahasa persuasif untuk menarik konsumen pada kalimat *mau membuat stroke rambut alis atau mengisi alis yang kosong jadi mudah*. Kalimat bahasa persuasif artinya pensil alis produk Marshwillow Cosmetik yang dapat membuat stroke rambut pada alis dan dapat mengisi alis kosong. Dalam iklan tersebut menggunakan teknik sugesti yang tidak logis karena stroke adalah jenis penyakit dan rambut alis tidak memiliki penyakit itu.

### **C. Jawaban Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terhadap Iklan Kecantikan di media sosial *Instagram* dengan cara memperhatikan dan mencermati kata-kata atau kalimat yang terdapat pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madame Gie dan Marswillow bahwa iklan tersebut terdapat bahasa persuasif dan ditemukan tiga macam teknik persuasif, yaitu teknik rasionalisasi, teknik kompensasi, dan teknik sugesti. Hal ini dapat dibuktikan dari kutipan-kutipan yang ada dalam iklan kecantikan di media sosial *instagram* pada produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madame Gie dan Marswillow.

### **D. Diskusi Hasil Penelitian**

Berdasarkan penelitian di atas, maka penulis mengemukakan bahwa diskusi hasil penelitian ini menemukan keterkaitan penggunaan bahasa persuasif dan ditemukan tiga macam teknik persuasif, yaitu teknik rasionalisasi, teknik kompensasi, dan teknik sugesti pada iklan kecantikan di media sosial *instagram*

produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marshwillow Cosmetik.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti sangat menyadari bahwa masih banyaknya kekurangan dan banyak mengalami keterbatasan dalam mengkaji Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial *Instagram*. Keterbatasan dalam ilmu pengetahuan, tidak dapat meneliti semua produk kecantikan yang ada di media sosial *instagram*, kemampuan moril dan materil yang peneliti hadapi, keterbatasan mencari buku yang berhubungan dengan judul skripsi, dan keterbatasan dalam merangkai kata-kata menjadi kalimat yang baik dan lugas. Walau jauh dari kata sempurna, akhirnya skripsi ini diselesaikan dengan kemampuan yang optimal dari peneliti serta masukan informasi dari berbagai pihak yang telah dipertimbangkan demi keutuhan hasil penelitian ini.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan penelitian di atas, maka dapat di simpulkan bahwa, paragraf persuasif adalah paragraf yang mengajak, membujuk, atau mempengaruhi pembaca atau pendengar. Penelitian yang dilakukam pada 5 merek produk kecantikan Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marswillow Cosmetik dengan 4 jenis barang yang sama yaitu bedak, krim wajah, lipstik, dan pensil alis. Dalam iklan tersebut menemukan keterkaitan penggunaan bahasa persuasif dan ditemukan tiga macam teknik persuasif, yaitu teknik rasionalisasi, teknik kompensasi, dan teknik sugesti pada iklan kecantikan di media sosial *instagram* produk Inul Beauty, Jedar Cosmetik, Dissy Cosmetik, Madane Gie dan Marshwillow Cosmetik.

#### **B. Saran**

Berdasarkan penelitian, Saran dalam analisis penggunaan bahasa persuasif iklan kecantikan di media sosial *instagram* setelah dikaji peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, kedepannya peneliti akan lebih fokus dan detail dalam menjelaskan penelitian di atas dengan sumber yang lebih banyak.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan sumber informasi yang bermanfaat dan mengkaji hal yang berkaitan dengan bahasa persuasif dan dapat melakukan penelitian yang lebih berkembang lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Yusni Khirul, Putri, Dian Marisha. 2019. *Sosiolinguistik Analisis Interferensi Budaya pada Media Sosial*. Bandung: Makmur Tanjung Lestari.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- <https://www.instagram.com/dissy.id/> diakses tanggal 10 September 2021
- <https://www.instagram.com/inulbeauty/> diakses tanggal 10 September 2021
- <https://www.instagram.com/jedarcosmetic/> diakses tanggal 10 September 2021
- <https://www.instagram.com/madame.gie/> diakses tanggal 10 September 2021
- <https://www.instagram.com/marshwillow.official/> diakses tanggal 10 September 2021
- Keraf, Gorys. 2007. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT Garamedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana. 2014. *Fungsi dan Sikap bahasa*. Ende Flores : Nusa Indah.
- Lumban Batu, Kezia Grace. 2019. Vol 3. *Persuasif Iklan Kecantikan Wardah pada Media Cetak dan Media Televisi*. Diunduh Pada Tanggal 19 Juni 2021. Pukul 23.30 wib.
- Piang. 2017. *Penggunaan bahasa Persuasif pada iklan Sabun Cuci di Televisi*. Skripsi tidak di terbitkan. Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar. Diunduh Pada Tanggal 22 Juni 2021. Pukul 23.30 wib.
- Pujiyanto. 2013. *Dialektika Estetik Desain Periklanan*. Malang: Surya Pena Gemilang.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabet.

## Lampiran Produk Inul Beauty



inulbeauty • Follow

inulbeauty Bedak tabur ringan dari Inul Beauty ini memiliki kandungan SPF 30 & Vitamin E untuk melindungi wajah dari paparan sinar matahari agar kulit wajah makin cerah & bersinar.

Dapatkan segera produk pilihanmu di :  
[www.inulbeauty.co.id](http://www.inulbeauty.co.id)  
[www.shopee.co.id/inulbeauty\\_official](http://www.shopee.co.id/inulbeauty_official)  
[www.tokopedia.com/inulbeauty\\_office](http://www.tokopedia.com/inulbeauty_office)  
[www.tokowow.com](http://www.tokowow.com)  
[www.rumahparfum.com](http://www.rumahparfum.com)  
[www.alfacart.com](http://www.alfacart.com)

atau melalui agen & reseller Inul Beauty terdekat!  
 Agen :  
 @inulbeautycare  
 @inulbeauty\_jakarta  
 @inulbeauty\_rktariga

49 likes  
AUGUST 29, 2019

Add a comment...

Activate Window  
Go to Settings to activate Post



inulbeauty • Follow

inulbeauty Hi Ladies, bagi kamu yang lagi suka belajar make up, wajib banget nih menggunakan base make up, salah satunya base make up BB Cream by Inul Beauty.

BB Cream by Inul Beauty mengandung SPF & Antioksidan, memiliki tekstur yang ringan dan dapat menutupi noda di wajah, membuat wajah terlihat lebih halus.

Available at  
[www.inulbeauty.co.id](http://www.inulbeauty.co.id)  
[www.shopee.co.id/inulbeauty\\_official](http://www.shopee.co.id/inulbeauty_official)  
[www.tokopedia.com/inulbeauty\\_office](http://www.tokopedia.com/inulbeauty_office)  
[www.tokowow.com](http://www.tokowow.com)  
[www.rumahparfum.com](http://www.rumahparfum.com)  
[www.alfacart.com](http://www.alfacart.com)

Dapatkan di Agen & Reseller Inul Beauty terdekat!

62 likes  
FEBRUARY 29, 2020

Add a comment...

Activate Window  
Go to Settings to activate Post



inulbeauty • Follow

inulbeauty Hi ladies, buat kalian yang ingin tampil cantik tapi nggak mau ribet? Metallic Lip Cream by Inul Beauty pilihan yang tepat. Selain digunakan sebagai Lip Cream bisa juga di aplikasikan sebagai eyeshadow. Dengan butiran metalik menjadikan kamu terlihat cantik, sexy dan menawan. .

Dapatkan segera produk pilihanmu di :  
[www.inulbeauty.co.id](http://www.inulbeauty.co.id)  
[www.shopee.co.id/inulbeauty\\_official](http://www.shopee.co.id/inulbeauty_official)  
[www.tokopedia.com/inulbeauty\\_office](http://www.tokopedia.com/inulbeauty_office)  
[www.tokowow.com](http://www.tokowow.com)  
[www.rumahparfum.com](http://www.rumahparfum.com)  
[www.alfacart.com](http://www.alfacart.com)  
 atau melalui agen & reseller Inul Beauty terdekat!  
 Agen :  
 @inulbeautycare  
 @inulbeauty\_jakarta  
 @inulbeauty\_klaten

32 likes  
 AUGUST 26, 2019



inulbeauty • Follow

inulbeauty Happy weekend ladies, Ingin membuat alis yang indah? Atau sedang belajar membuat alis? Bingung mesti pilih eyebrow yang seperti apa untuk membuat alis tampak natural? .

Bagi Kamu yang memiliki alis tak beraturan atau alis tipis, penggunaan pensil alis Inul Beauty jadi pilihan yang tepat untuk membuat alismu indah dan tampak natural. .

Available at  
[www.inulbeauty.co.id](http://www.inulbeauty.co.id)  
[www.shopee.co.id/inulbeauty\\_official](http://www.shopee.co.id/inulbeauty_official)  
[www.tokopedia.com/inulbeauty\\_office](http://www.tokopedia.com/inulbeauty_office)  
[www.tokowow.com](http://www.tokowow.com)  
[www.rumahparfum.com](http://www.rumahparfum.com)  
[www.alfacart.com](http://www.alfacart.com)

25 likes  
 FEBRUARY 9, 2020

Activate Window  
 Go to Settings to activate Post

Activate Window  
 Go to Settings to activate Post

## Lampiran Produk Jedar Cosmetic



**jedarcosmetic** • Follow

**jedarcosmetic** Hai, udah cobain #magicdust belum? selain fungsinya menutupi pori-pori wajah, magic dust juga dapat membuat tekstur muka kamu jadi mulus loh. Gak percaya? cobain dulu ya sekarang.

Dapatkan produk kami di [tokopedia.com/jedar-cosmetic](https://tokopedia.com/jedar-cosmetic) dan [shopee.co.id/jedarcosmetic](https://shopee.co.id/jedarcosmetic) juga dapat ditemukan di [lunadorii](#), [@watsonsindonesia](#) dan [@sociolla](#)

#jedarcosmeticteam #jedarcosmetic #jedarlipmatte #jedarskincare #jedarlipmattemoist #jedarblushme #jedarlipstick #jedaircushion

253 likes  
NOVEMBER 23, 2021



**jedarcosmetic** • Follow

**jedarcosmetic** Tidak hanya cantik dari luar tetapi juga harus cantik dari dalam. Dengan #jedarskincare semuanya bisa terjadi. Dengan pemakaian teratur maka kulit wajah kamu akan selalu terawat

Dapatkan produk kami di [tokopedia.com/jedar-cosmetic](https://tokopedia.com/jedar-cosmetic) dan [shopee.co.id/jedarcosmetic](https://shopee.co.id/jedarcosmetic) juga dapat ditemukan di [@lunadorii](#), [@watsonsindonesia](#) dan [@sociolla](#)

#jedarcosmeticteam #jedarcosmetic #jedarlipmatte #jedarskincare #jedarlipmattemoist

128w

**littlemarmied** kalo beli paket berapa ya kak  
118w Reply

125 likes  
SEPTEMBER 12, 2019

Add a comment...

Activate Windows  
Go to Settings to activate



**jedarcosmetic** • Follow

**jedarcosmetic** • Varian terbaik dari #jedarcosmetic. Warna nude yang membuat bibir kamu langsung tidak terlihat kusam. Produk ini lembut dipakai di bibir karena formulanya telah disesuaikan dengan kulit wanita Asia

Dapatkan produk kami di [tokopedia.com/jedar-cosmetic](https://www.tokopedia.com/jedar-cosmetic) dan [shopee.co.id/jedarcosmetic](https://www.shopee.co.id/jedarcosmetic) juga dapat ditemukan di @lunadorii, @watsonsindonesia dan @sociolla

#jedarcosmeticteam #jedarcosmetic #jedarlipmatte #jedarskincare #jedarlipmattemoist #jedarblushme #jedarlipstick #jedairaircushion #jedarlipgloss #jedareyeseries #cantikcerdikawati #jedarinharimu

9w

nidaul59 Cek harga

86 likes

NOVEMBER 18, 2021

Add a comment...

Activate Window  
Go to Settings to activate Post



**jedarcosmetic** • Follow

**jedarcosmetic** • Saat kembali beraktivitas, selalu pancarkan kebahagiaan Anda dengan riasan disekitar mata

Dapatkan produk kami di [tokopedia.com/jedar-cosmetic](https://www.tokopedia.com/jedar-cosmetic) dan [shopee.co.id/jedarcosmetic](https://www.shopee.co.id/jedarcosmetic) juga dapat ditemukan di @lunadorii, @watsonsindonesia dan @sociolla

#jedarcosmeticteam #jedarcosmetic #jedarlipmatte #jedarskincare #jedarlipmattemoist #jedarblushme #jedarlipstick #jedairaircushion #jedareyeseries #cantikcerdikawati #jedarinharimu

75w

dheapulanda26 Gimana cara orderx kak

56w Reply

111 likes

AUGUST 9, 2020

Add a comment...

Activate Window  
Go to Settings to activate Post

## Lampiran Produk Dissy Cosmetik



dissy.id • Follow

dissy.id Dissy Two Way Cake merupakan bedak padat dengan foundation dan dilengkapi Vitamin E, A, serta UV Filter. Dissy Two Way Cake Natural sangat cocok untuk kulit kuning langsung. Dapatkan potongan harga Rp 25.000 setiap pembelian Dissy Two Way Cake Bundle (all variant) melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia.

For order:  
Whatsapp 08122012389  
Shopee.co.id/dissy\_cosmetics  
Tokopedia.com/dissycosmetic

#dissy #dissycosmetics #dissyreborn #dissytwowaycake

82w

25 likes

JUNE 27, 2020

Comments on this post have been limited. Go to Settings to activate more comments.



dissy.id • Follow

dissy.id Dissy Day Cream merupakan krim wajah 3 in 1 yang mengandung UV filter, moisturizer, dan foundation. Selain itu juga dilengkapi Vitamin E yang dapat menutrisi kulit wajah.

Dapatkan DISKON 20% setiap pembelian paket Dissy Day Cream & Gold Serum Bundle melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia.

For order:  
Whatsapp 08122012389  
Shopee.co.id/dissy\_cosmetics  
Tokopedia.com/dissycosmetic

#dissy #dissycosmetics #dissyreborn #dissydaycream #dissygoldserum

81w

33 likes

JULY 2, 2020

Comments on this post have been limited. Go to Settings to activate more comments.



dissy.id • Follow



dissy.id Dissy Lipstick Matte dengan hasil matte yang tahan lama di bibir, namun tidak menyebabkan bibir pecah-pecah dan kering karena mengandung moisturizer serta dilengkapi dengan UV Filter dan Anti Oxidant.

Left to right:  
Dissy Lipstick Matte - Almira  
Dissy Lipstick Matte - Sarie  
Dissy Lipstick Matte - Vina

Dapatkan DISKON 20% setiap pembelian Dissy Lipstick Matte warna apa saja, melalui Whatsapp, Shopee, dan Tokopedia.

For order:  
Whatsapp 08122012389  
Shopee.co.id/dissy\_cosmetics  
Tokopedia.com/dissycosmetic



25 likes

JULY 3, 2020

Comments on this post have been limited.  
Activate Windows  
Go to Settings to activate Windows.



dissy.id • Follow



dissy.id Dissy Eyebrow Pencil merupakan pensil alis yang mudah diaplikasikan, memiliki tekstur yang lembut, pigmentasi warna yang baik, hasil yang natural serta mengandung waterproof formula.

Dissy Eyebrow Pencil dilengkapi dengan sikat pada ujung pensil yang membantu meratakan warna alis.

Tersedia:  
Dissy Eyebrow Pencil Black  
Dissy Eyebrow Pencil Brown

#dissy #dissycosmetics #dissyeyebrowpencil

68w



riyanti207sari Brp ka



66w



89 likes

OCTOBER 3, 2020

Comments on this post have been limited.  
Activate Windows  
Go to Settings to activate Windows.

## Lampiran Produk Madane Gie



madame.gie • Follow

madame.gie NEW MUST-HAVE-ITEM ALERT!

Crystal Loose Powder adalah bedak translucent yang memiliki 3 variant dengan fungsi berbeda untuk wajah:

- ✨ Crystal Loose Powder Tone Up: Mencerahkan warna kulit dan area yang gelap secara instant.
- ✨ Crystal Loose Powder Reduce Redness: Menyamarkan kemerahan di kulit akibat jerawat/terbakar matahari secara instant.
- ✨ Crystal Loose Powder Brighten Dull Skin: Mencerahkan warna kulit yang tampak kusam secara instant.

Dengan formula yang lembut, ringan, dan nyaman untuk digunakan sepanjang hari, bedak ini dilengkapi oleh shimmer yang memberikan kilau alami pada wajah sekaligus menyamarkan pori-pori dan garis halus pada wajah. Dengan hasil akhir matte yang membuat wajah tetap segar dan bebas minyak sepanjang hari!

602 likes  
AUGUST 2, 2021

Add a comment... [Post](#)



madame.gie • Follow

madame.gie Perawatan untuk kulit sensitif dan berjerawat memang perlu ekstra, kamu bisa atasi dengan Madame Cares!

Terdapat kandungan Willow Bark yang mampu meredakan jerawat meradang dan bikin kamu ngga khawatir lagi kalau kulit lagi kurang bersahabat.

Jangan sampai jerawat membuat mu tidak percaya diri yah! Kamu tetap cantik bagaimanapun kondisi wajah mu kok, MG'ers ❤️

#GlowwithMadameGie  
#MadameGie  
#CakepinPakeMadameGie  
#Gisel  
#Gempi

33w

490 likes  
JUNE 5, 2021

Add a comment... [Post](#)

**MADAME GIE**

**MADAME GLIPS**

- Plump Effect for your Lips
- Mengandung Vitamin E
- Melembabkan Bibir

**MADAME GLIPS**

**madame.gie** • Follow

**madame.gie** Ini dia MG'ers Madame Glips yang bikin bibir kamu berkilau alami karena selain warna-warna nya yang cakep banget, glittery nya juga bikin kamu tampil sparkling di setiap occasion loh! 😍  
 Madame Glips bisa kasih effect plum di bibir kamu dan juga melembabkan bibir loh karena mengandung Vitamin E ✨  
 Yuk MG'ers buruan cobain lip product terbaru dari Madame Gie yang satu ini!

#MadameGie  
 #CantikEkonomis  
 #CakepinPakeMadameGie

12w

serlyeviliyaphyta Pengen bgt sih ini

495 likes  
 OCTOBER 28, 2021

Add a comment...

**MADAME GIE**

**PERFECT BROW**

**I'm not Perfect But my Brows are**

**madame.gie** • Follow

**madame.gie** Punya eyebrows yang sempurna itu mimpi setiap wanita, gak sih?

Dengan Madame Perfect Brow, alis impian MG'ers bisa banget di dapetin karena eyebrow crayon ini memiliki design rotasi 360° yang membuat kamu semakin mudah untuk mengikuti bentuk alis asli dengan presisi, ditambah sikat bulu yang membuat alis kamu semakin full dan cetar!

Dengan formulanya yang waterproof dan smudgeproof, MG'ers dapat beraktivitas dengan alis cetar yang longlasting!

Tersedia dua varian shades:  
 01 Godly Grey  
 02 Lovely Brown

Hayooo siapa yang suka abisin waktu banyak banget di bikin alis cost makin?

1,197 likes  
 FEBRUARY 15, 2021

Add a comment...

Lampiran Produk Mashwillow Cosmetik



marshwillow.official • Follow

marshwillow.official Two Way Cake by Marshwillow,

Willovers kalo kalian suka susah nemuin shade yang tepat buat kulit kalian, tow way cake dari marshwillow terdapat 4 varian warna yang sudah di sesuaikan sama warna kulit-kulit wanita Indonesia, dari warna kulit terang hingga yang sedikit lebih gelap.

#kulitcantik#kulitputih#kulitkuninglangsatt#cantikmaksimal#budgetminimal#cantikdarimashwillow#bedakpadat#flawless#makeupsederhana#makeupcantik#natashawilonamakeup

80w

danggrain Kuning langsungdeeee 🥰

57w 1 like Reply

3,447 likes

JULY 11, 2020

Add a comment...



marshwillow.official • Follow

marshwillow.official ✨Be Glow and Be Bright✨

Untuk kamu yang masih beraktifitas di luar rumah dan memakai makeup, BB Cream Marshwillow cocok banget untuk kamu pakai ke kantor, main, jalan-jalan, ke kampus, dan lainnya! Teksturnya yang ringan, medium coverage, gak lengket, dan tahan lama bikin kamu tampil cantik seharian!

Natural? Light? atau Beige?

Komen dibawah ya kalian pakai shades yang mana 😊

#marshwillow #cantikmaksimalbudgetminimal

11w

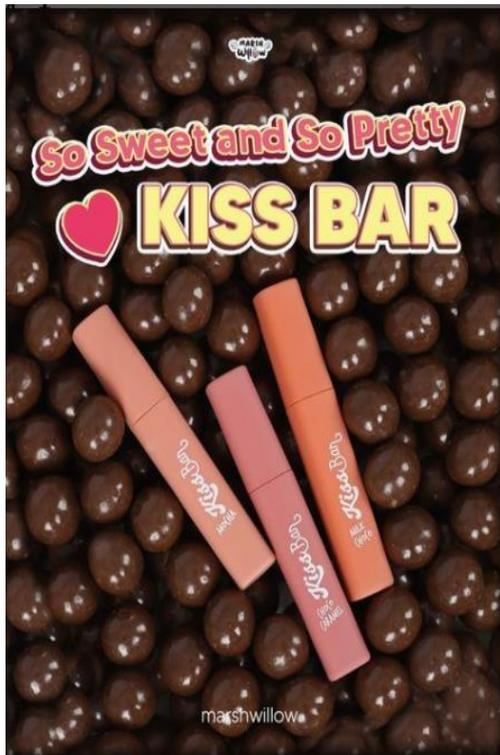
sri\_putri\_sulun Aq pakek light

9w Reply

878 likes

NOVEMBER 2, 2021

Add a comment...



marshwillow.official • Follow

marshwillow.official Lipstick coklat yang lagi viral 🍫❤️

KISS BAR LIP MATTE dari Marshwillow ini bagus banget lhoo, tapi ga cuma bagus lip matte ini udah ada kandungan Vit. E yang bisa menutrisi bibir kalian.

Dan juga kalau kalian pakai ini rasanya kayak lagi makan coklat, soalnya wangi coklat banget 🍫❤️

Check out sekarang deh mumpung lagi Free Gift mini tote bag di semua e-commerce Marshwillow

10h

widiya\_nanda23 Harga

3h Reply ...

485 likes  
10 HOURS AGO

Add a comment... Activate V Post Go to Setting



marshwillow.official • Follow

marshwillow.official "Life isn't perfect, but your eyebrows can be"

Untuk riasan alis, coba pakai Browlicious Matic Eyebrow ini. Pencil alis matic ini creamy banget saat disapukan ke alis, warna yang terlihat juga pigmented. Mau membuat stroke rambut alis atau mengisi alis yang kosong jadi mudah deh.

Terdapat 3 shade warna berbeda yang sesuai dengan warna rambut alis wanita Indonesia seperti coklat tua, hitam dan coklat muda. Swipe left untuk lihat warna saat diaplikasikan.

#marshwillow #makeup #kosmetik #cantikmaksimalbudgetminimal #makeuplokal #eyebrow #eyebrowmatic #darkbrowneyebrow #blackeyebrow #pensilalis #eyebrowmakeup

73w

3,110 likes  
AUGUST 27, 2020

Add a comment... Activate Window Post Go to Settings to acti

## Lampiran Form K-1



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
 VERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
 I. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp.(061)6619056 Medan 20238  
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

Yth : Bapak/Ibu Ketua & Sekretaris  
 Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
 FKIP  
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Perihal : PERMOHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Dengan hormat, yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sutrisni  
 NPM : 1702040053  
 ProgramStudi : Bahasa Indonesia

IPK = 3,68

Persetujuan Ketua/Sek Prodi	Judul yang diajukan	Disyahkan Oleh Dekan Fakultas
	Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram	
	Analisis Konflik Tokoh Utama dalam Novel "Hujan Karva Tere Liye" Berdasarkan Pendekatan Psikologi Sastra	
	Analisis Pemerolehan Bahasa Anak Pengaruh " Little Bus Tayo" : Kajian Psikolinguistik	

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pemeriksaan dan persetujuan serta pengesahan, atas kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Medan, 02 Juni 2021

Hormat Pemohon,

Sutrisni

- Dibuat Rangkap 3 :
- Untuk Dekan/Fakultas
  - Untuk Ketua/Sekretaris Prodi
  - Untuk Mahasiswa yang bersangkutan

## Lampiran Form K-2



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Webside : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

Form K-2

Kepada : Yth. Bapak Ketua/Sekretaris  
Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia  
FKIP UMSU

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Dengan hormat, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sutrisni  
NPM : 1702040053  
Prog. Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Mengajukan permohonan persetujuan proyek proposal/skripsi sebagai tercantum di bawah ini dengan judul sebagai berikut :

Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Iklan Kecantikan di Media Sosial  
Instagram

Sekaligus saya mengusulkan/menunjuk Bapak/Ibu :

Hasnidar, S.Pd., M.Pd.

Sebagai Dosen Pembimbing Proposal/Skripsi saya.

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pengurusan selanjutnya. Akhirnya atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Medan, 03 Juni 2021  
Hormat Pemohon,

Sutrisni

## Keterangan

Dibuat rangkap 3 : - Asli untuk Dekan/Fakultas  
- Duplikat untuk Ketua / Sekretaris Jurusan  
- Triplikat Mahasiswa yang bersangkutan

## Lampiran Form K-3

**FAKULTAS KEGURUAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
Jln. Mukthar Basri BA No. 3 Telp. 6622400 Medan 20217 Form : K3**

Nomor : 1152 /IL.3/UMSU-02/F/2021  
Lamp : ---  
Hal : Pengesahan Proyek Proposal  
Dan Dosen Pembimbing

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menetapkan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dan dosen pembimbing bagi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **SUTRISNI**  
N P M : 1702040053  
Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Penelitian : **Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram**

Pembimbing : **Hasnidar, S.Pd.,M.Pd**

Dengan demikian mahasiswa tersebut di atas diizinkan menulis proposal/risalah/makalah/skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulis berpedoman kepada ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dekan
2. Proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dinyatakan BATAL apabila tidak selesai pada waktu yang telah ditentukan
3. Masa kadaluarsa tanggal: **04 Juni 2022**

Medan, 23 Syawal 1442 H  
04 Juni 2021 M



Dekan

**Prof. Dr. H. Elhianto Nst, S.Pd.,M.Pd**  
NIDNIDM 15257302

Dibuat rangkap 4 (empat) :

1. Fakultas (Dekan)
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing
4. Mahasiswa yang bersangkutan :  
WAJIB MENGIKUTI SEMINAR

## Lampiran Berita Acara Bimbingan Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
 Jl. KaptenMukhtarBasri No.3 Telp.(061)6619056 Medan 20238  
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Sutrisni  
 NPM : 1702040053  
 Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
 Judul Skripsi : Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif pada Iklan Kecantikan Di Media Sosial Instagram

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Proposal	Tanda Tangan
21 September 2021	1. Latar Belakang Masalah	
	2. Identifikasi Masalah	
	3. Kerangka Teoretis	
	4. Data Penelitian	
	5. Definisi Operasional	
	6. Instrumen Penelitian	
22 Oktober 2021	1. Latar Belakang Masalah	
	2. Identifikasi Masalah	
	3. Batasan Masalah	
	4. Kerangka Konseptual	
	5. Data Penelitian	
	6. Instrumen Penelitian	
25 Oktober 2021	1. Latar Belakang Masalah	
	2. Identifikasi Masalah	
	3. Batasan Masalah	
27-10-2021	Ace proposal skripsi	

Medan, 27 Oktober 2021

Diketahui Oleh  
 Ketua Prodi

Mutia Febriyana, S.Pd., M.Pd

Dosen Pembimbing

Hasnidar, S.Pd., M.Pd.

## Lampiran 5 Pengesahan Proposal



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. 061-6622400 Ext. 22, 23, 30  
 Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL**

Nama Lengkap : Sutrisni  
 N.P.M : 1702040053  
 Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
 Judul Proposal : Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif pada *Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram*

Sudah layak diseminarkan.

Medan, 27 Oktober 2021  
 Pembimbing

**Hasnidar, S.Pd., M.Pd**

**UMSU**  
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

## Lampiran Lembar Pernyataan Tidak Plagiat



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
 Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Sutrisni  
 NPM : 1702040053  
 Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
 Judul Proposal : Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial *Instagram*.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul diatas belum pernah diteliti di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempah (dibuat) oleh orang lain dan juga tergolong *Plagiat*.
3. Apabila point 1 dan 2 di atas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali

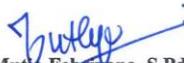
Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, Januari 2022  
 Hormat saya  
 Yang membuat pernyataan,



**Sutrisni**

Diketahui oleh  
 Ketua Program Studi  
 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

  
**Mutha Febrivana, S.Pd., M.Pd.**

## Lampiran Surat Keterangan Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
 Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
 Webside : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

## SURAT KETERANGAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan bahwa:

Nama Mahasiswa : Sutrisni  
 N P M : 1702040053  
 Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
 adalah benar telah melaksanakan seminar proposal skripsi pada:  
 Hari : Rabu  
 Tanggal : 10 November 2021  
 dengan judul proposal Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial *Instagram*.

Demikianlah surat keterangan ini kami keluarkan semoga Bapak Dekan dapat mengeluarkan surat izin riset mahasiswa yang bersangkutan. Atas kesediaan Bapak Dekan mengeluarkan surat izin riset ini, kami ucapkan terima kasih.

Medan, Januari 2022  
 Wasalam  
 Ketua Program Studi,

UMSU

  
 Mutia Febriyana, S.Pd., M.Pd

Unggul | Cerdas | Terpercaya

## Lampiran Surat Pengesahan Hasil Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp.(061)6619056 Medan 20238  
 Website: <https://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR PROPOSAL

Proposal yang sudah diseminarkan oleh mahasiswa di bawah ini.

Nama : Sutrisni  
 NPM : 1702040053  
 Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
 : Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif pada Iklan Kecantikan  
 di Media social instagram  
 Judul Proposal

pada hari Rabu tanggal Sepuluh bulan November tahun 2021 sudah layak menjadi proposal skripsi.

Medan, 10 November 2021

Disetujui oleh:

Dosen Pembahas,

Dr. Mhd. Isman, M.Hum

Dosen Pembimbing,

Hasnidar, S.Pd., M.Pd.

Diketahui oleh:  
 Ketua Program Studi,

Mutia Febriyana, S.Pd., M.Pd.

## Lampiran Surat Permohonan Riset



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400  
 Website : <http://fkip.umsu.ac.id> E-mail : [fkip@yahoo.co.id](mailto:fkip@yahoo.co.id)

Nomor	: 273 /IL.3/UMSU-02/F/2022	Medan, 25 Jumadil Akhir 1443 H
Lamp	: ---	28 Januari 2022 M
Hal	: Mohon Izin Riset	

**Kepada Yth,**  
**Kepala UPT Perpustakaan**  
**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,**  
 di-  
**Tempat**

Assalamua'laikum warahmatullahi wabarakatuh.

Wa ba'du, semoga kita semua sehat wal'afiat dalam melaksanakan kegiatan-aktifitas sehari-hari, sehubungan dengan semester akhir bagi mahasiswa wajib melakukan penelitian/riset untuk pembuatan skripsi sebagai salah satu syarat penyelesaian Sarjana Pendidikan, maka kami mohon kepada Bapak/Ibu Memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian/riset di Perpustakaan UMSU yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa kami tersebut sebagai berikut:

Nama	: SUTRISNI
N P M	: 1702040044
Program Studi	: Pendidikan Bahasa Indonesia
Judul Penelitian	: Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaan serta kerjasama yang baik dari Bapak kami ucapkan terima kasih.  
 Akhirnya selamat sejahteralah kita semuanya, Amin.  
 Wassalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dekan  
  
**Dra. H. Svamsu Nurita, M.Pd**  
 NIDN 0004066701

\*\* Pertinggal \*\*

## Lampiran Surat Balasan Riset



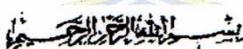
Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya.

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
UPT PERPUSTAKAAN**

Alamat : Jalan Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. 6624567 –Ext. 113 Medan 20238  
Website : <http://perpustakaan.umsu.ac.id> Email : perpustakaan@umsu.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 280 /KET/II.3-AU/UMSU-P/M/2022



Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

**Nama** : Sutrisni  
**NIM** : 1702040053  
**Univ./Fakultas** : UMSU/Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
**Jurusan/P.Studi** : Pendidikan Bahasa Indonesia

adalah benar telah melakukan kunjungan/penelitian pustaka guna menyelesaikan tugas akhir / skripsi dengan judul :

**“Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial Instagram”**

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Medan, 12 Syakban 1443 H  
15 Maret 2022 M

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | T



Kepala UPT Perpustakaan

Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd

## Lampiran Surat Bebas Pustaka



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**UPT PERPUSTAKAAN**

Alamat : Jalan Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. 6624567 –Ext. 113 Medan 20238  
 Website : <http://perpustakaan.umsu.ac.id> Email : [perpustakaan@umsu.ac.id](mailto:perpustakaan@umsu.ac.id)

*Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya.*

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 2602 /KET/II.3-AU/UMSU-P/M/2021



Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

**Nama** : Sutrisni  
**NPM** : 1702040053  
**Fakultas** : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
**Jurusan** : Pendidikan Bahasa Indonesia

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 21 Rabiul Awal 1443 H.  
 27 Oktober 2021 M



Kepala UPT Perpustakaan

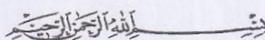
Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd

## Lampiran Berita Acara Bimbingan Skripsi



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. 061-6622400 Ext. 22, 23, 30  
Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : Sutrisni  
N.P.M : 1702040053  
Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Skripsi : Analisis Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Kecantikan di Media Sosial *Instagram*

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
07 Maret 2022	Deskripsi data penelitian		
	Analisis data		
10 Maret 2022	Abstrak		
	Kata Pengantar		
	Sumber data		
	Data Penelitian		
	Deskripsi data penelitian		
	Analisis data		
	Keterbatasan Penelitian		
15 Maret 2022	Acc Skripsi		

Ketua Program Studi  
Pendidikan Bahasa Indonesia

**Mutia Febrivana, S.Pd., M.Pd.**

Medan, Maret 2022  
Dosen Pembimbing

**Hasnidar, S.Pd., M.Pd**

## Lampiran Daftar Riwayat Hidup

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****1. Data Pribadi**

Nama : Sutrisni  
NPM : 1702040053  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 02 Agustus 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Anak ke : 1 dari 2 bersaudara  
Agama : Islam  
Warga Negara : Indonesia  
Alamat : Jalan Makmur Gg. Kamboja 6  
Jurusan : Pendidikan Bahasa Indonesia

**2. Data Orangtua**

Ayah : Sukesno  
Ibu : Sariani  
Alamat : Jl. Makmur Gg. Kamboja 6 Psr VII Tembung

**3. Jenjang Pendidikan**

Tahun 2003-2009 : SD Swasta Pesantren Guppi  
Tahun 2009-2012 : SMP Swasta Sabilina Tembung  
Tahun 2012-2015 : SMA Swasta Teladan Medan  
Tahun 2017-2022 : Tercatat sebagai mahasiswi program studi Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, Maret 2022

Sutrisni

