

ABSTRAK

Hartoko. 2025. *Penggunaan Bahasa Persuasif Pada Media Luar Ruangan Di Kabupaten Madiun Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Teks Iklan Pada Siswa Kelas V SD Negeri Lembah 02 Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun.* Tesis. Program Studi Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Sekolah Pascasarjana Universitas PGRI Madiun (UNIPMA). Pembimbing I: Dr. Jeffry Handhika, M.Pd. Pembimbing II: Dwi Rosita Sari, PhD.

Kata kunci: Bahasa Persuasif, Media Luar Ruangan, Teks Iklan

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan bentuk penggunaan bahasa persuasif pada media luar ruangan di Kabupaten Madiun; (2) Mendeskripsikan karakteristik kebahasaan dalam media iklan luar ruangan tersebut; (3) Mendeskripsikan implikasi penggunaan bahasa persuasif tersebut terhadap pembelajaran teks iklan di kelas V SD Negeri Lembah 02 Kabupaten Madiun. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) penggunaan bahasa persuasif pada media luar ruangan di Kabupaten Madiun menampilkan beragam bentuk strategi komunikasi, termasuk ajakan, imbauan, kalimat imperatif, pertanyaan retorik, serta penggunaan diksi yang menekankan keuntungan dan urgensi; (2) Pemahaman terhadap karakteristik ini membantu siswa mengenali fungsi bahasa dalam membentuk persepsi pembaca; (3) Penggunaan bahasa persuasif pada media iklan luar ruangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelajaran teks iklan di kelas V SD Negeri Lembah 02 Kabupaten Madiun.

ABSTRACT

Hartoko. 2025. *The Use of Persuasive Language in Outdoor Media in Kabupaten Madiun and Its Implications for Indonesian Language Learning of Advertising Texts for Fifth-Grade Students of SD Negeri Lembah 02, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun.* Thesis. Master's Program in Indonesian Language and Literature Education. Graduate School of Universitas PGRI Madiun (UNIPMA). Supervisor I: Dr. Jeffry Handhika, M.Pd. Supervisor II: Dwi Rosita Sari, PhD.

Keywords: *Persuasive Language, Outdoor Media, Advertising Copy*

This study aims to: (1) describe the forms of persuasive language used in outdoor media in Kabupaten Madiun; (2) describe the linguistic characteristics found in such outdoor advertising media; and (3) describe the implications of the use of persuasive language for the learning of advertising texts in fifth-grade students at SD Negeri Lembah 02, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. The research employed a qualitative descriptive method. Data analysis was conducted using interactive analysis. The results show that: (1) the use of persuasive language in outdoor media in Kabupaten Madiun presents various forms of communication strategies, including invitations, appeals, imperative sentences, rhetorical questions, and the use of diction emphasizing benefits and urgency; (2) understanding these characteristics helps students recognize the function of language in shaping readers' perceptions; and (3) the use of persuasive language in outdoor advertising media has a significant influence on the learning of advertising texts for fifth-grade students at SD Negeri Lembah 02, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun..