

## ABSTRAK

**Yogi Pangestu, 2022.** *Analisis Penggunaan Diksi dan Teknik Persuasif dalam Iklan Produk Makanan di Trans TV Periode Bulan April 2022.* Skripsi. Tanjungpinang: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Maritim Raja Ali Haji. Pembimbing I: Assoc. Prof. Dr. H. Abdul Malik, S.Pd., M.Pd. Pembimbing II: Assist. Prof. Legi Elfitra, S.Pd., M.Pd.

**Kata Kunci : Diksi, Teknik Persuasif, Iklan Produk Makanan.**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan diksi dan teknik persuasif pada iklan produk makanan di Trans TV periode bulan April 2022. Objek penelitian ini adalah iklan produk makanan yang tayang di Trans TV pada pukul 19.00-21.00 WIB selama bulan April 2022. Metode penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan, perekaman, pencatatan, dan pengalihan wacana. Teknik analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (*content analysis*). Hasil penelitian ini adalah terdapat beragam jenis diksi dan teknik persuasif yang digunakan di dalam iklan produk makanan di Trans TV periode bulan April 2022. Adapun jenis diksi yang ditemukan dalam iklan produk makanan di Trans TV periode bulan April 2022 yaitu kata bermakna denotasi, kata bermakna konotasi, kata abstrak, kata kongkret, kata kajian, kata populer, kata umum, kata khusus, dan kata tidak baku. Sementara itu teknik persuasif yang digunakan dalam iklan produk makanan di Trans TV periode bulan April 2022 yaitu, teknik persuasif sugesti, teknik persuasif rasionalisasi, teknik persuasif konformitas, dan teknik persuasif kompensasi.

## ABSTRACT

**Yogi Pangestu, 2022.** *Analysis of the Use of Diction and Persuasive Techniques in Food Product Advertisements on Trans TV for April 2022.* Thesis. Tanjungpinang: Indonesian Language and Literature Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Raja Ali Haji Maritime University. Supervisor I: Assoc. Prof. Dr. H. Abdul Malik, S.Pd., M.Pd. Supervisor II: Assist. Prof. Legi Elfitra, S.Pd., M.Pd.

**Keywords: Diction, Persuasive Techniques, Food Product Advertising.**

This study aims to describe the use of diction and persuasive techniques in food product advertisements on Trans TV for the period April 2022. The object of this research is food product advertisements that air on Trans TV at 19.00-21.00 WIB during April 2022. This research method is descriptive. with a qualitative approach. Data collection techniques used are observation, recording, recording, and diversion of discourse. The data analysis technique was carried out using content analysis techniques. The results of this study are that there are various types of diction and persuasive techniques used in food product advertisements on Trans TV for the period April 2022. The types of diction found in food product advertisements on Trans TV for the period April 2022 are words with denotation, words with connotations. , abstract words, concrete words, study words, popular words, general words, special words, and non-standard words. Meanwhile, the persuasive techniques used in food product advertisements on Trans TV for the April 2022 period are suggestion persuasive techniques, rationalization persuasive techniques, conformity persuasive techniques, and compensation persuasive techniques.