

Analisis Bahasa Persuasif pada Iklan Lowongan Pekerjaan Langsa di Media Sosial *Instagram*

Nadia Nabila
NIM.190404029

Komisi Pembimbing :
Joko Hariadi, S.Pd.,M.Pd
Muhammad Arif Fadhilah, S.Pd.,M.Pd

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul *Analisis Bahasa Persuasif pada Iklan Lowongan Pekerjaan Langsa di Media Sosial Instagram* ini apersuasif bermaksud untuk menganalisis bahasa persuasif yang digunakan pada iklan lowongan pekerjaan yang ada diaplikasi *Instagram* yang ada di Kota Langsa. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bahasa persuasif pada iklan lowongan pekerjaan Langsa di media sosial *instgaram*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Adapaun sumber data pada pada penelitian ini yaitu iklan lowongan pekerjaan pada akun *Instagram* Loker Langsa. Dari hasil analisis data mengenai bahasa persuasif yang terdapat pada lowongan kerja Langsa di Instagram ditemukan dua jenis bahasa persuasif yang sering digunakan yaitu identifikasi dan sugesti. Ada 10 buah lowongan kerja yang mengandung bahasa persuasif, mulai dari kalimat seru dan kalimat mengajak atau mempengaruhi asal loker yang terdapat bahasa persuasif diantaranya yaitu, (1) BUMN Telkom; (2) Kantor pos; (3) BKKBN Aceh; (4) 9 Buko; (5) Apotek Harapan Kita; (6) Bank Muamalat; (7) BTPN; (8) HS Laundry Express; (9) AET Travel; (10) Kejaksaan Negeri Aceh Besar (11) PNM; (12) Capella Daihatsu; (13) Capella Honda; (14) Kantor Pertanahan; (15) Indomaret. Bahasa persuasif ini sendiri memiliki sifat membujuk secara perlahan agar seseorang yang sedang dibujuk menjadi yakin, sehingga setelah itu seseorang akan lebih mudah terpengaruh dengan informasi yang didapatkan. Dapat disimpulkan bahasa persuasif yang digunakan dalam akun lowongan kerja langsa lebih banyak menggunakan bahasa dengan jenis sugesti dan identifikasi, dan juga menggunakan kalimat ajakan, kalimat seru, kalimat yang menarik dan kalimat berbahasa retorik.