

ABSTRAK

Nurhelma Saragih. NIM. 2173510018. Perbandingan Bahasa Persuasif pada Platform Jual Beli Online Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak. Program Studi Sastra Indonesia, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bahasa persuasif pada Platform jual beli Online. Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini yaitu perbandingan bahasa persuasif pada platform jual beli Online Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak menggunakan teori bahasa persuasif Ghorys Keraf tahun 2007. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan data berupa hasil pencarian dan pencatatan, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik studi pustaka dan teknik simak catat dengan analisis data berupa teknik membaca, mempelajari, mencatat, memilah dan mengklasifikasikan data serta menganalisis data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian pada Perbandingan Bahasa Persuasif pada Platform Jual Beli Online Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak menunjukkan Persamaan ini meliputi Persamaan bentuk bahasa persuasif iklan dari aspek kalimat persuasif, persamaan jenis bahasa persuasif propaganda dari aspek waktu, dan persamaan bentuk bahasa persuasif iklan dari aspek kalimat perintah ajakan. selain persamaan terdapat juga perbedaan bahasa persuasif yakni, prinsip bahasa persuasif dari aspek membujuk demi keuntungan dan perbedaan jenis bahasa persuasif propaganda dari aspek tema.

Kata Kunci: Bahasa Persuasif, Platform Jual Beli Online