

## ABSTRAK

Aditya Kartika, 2021, *Analisis Makna Teks Persuasi pada Ruang Publik di Desa Larangan Badung Kabupaten Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Tarbiyah, IAIN Madura, Pembimbing Hesti kusumawati, M.Pd.

**Kata Kunci:** *Analisis Makna, Persuasi, Ruang Publik.*

Penelitian ini menganalisis tentang persuasi yang ada pada ruang publik di Desa Larangan Badung Kabupaten Pamekasan. Permasalahan dalam penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya ruang publik sebagai alat promosi untuk mempromosikan produknya dengan menggunakan bahasa persuasi dalam mengajak, membujuk dan mempengaruhi pembaca untuk mengikuti apa yang diinginkan oleh persuasi sendiri. Berdasarkan hal tersebut, maka ada tiga rumusan masalah yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, Bagaimana bentuk makna persuasi rasionalisasi pada ruang publik di desa Larangan Badung. *Kedua*, Bagaimana bentuk makna persuasi identifikasi pada ruang publik di desa Larangan Badung. *Ketiga*, Bagaimana bentuk makna persuasi sugesti pada ruang publik di desa Larangan Badung. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bahasa persuasi yang ada di ruang publik di desa Larangan Badung.

Peneliti menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dan merupakan jenis pustaka. Sumber data yang di peroleh berupa banner, pamflet, poster, dan sepanduk yang ada pada ruang publik di Desa Larangan Badung.. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik simak, teknik catat dan dokumentasi. Analisis data yang di gunakan yaitu identifikasi, klasifikasi, interpretasi, deskripsi. Sedangkan pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa persuasi pada ruang publik di desa Larangan Badung terdapat 50 data. *Pertama*, terdapat 19 data yang menggunakan bahasa persuasi rasionalisasi dalam mempengaruhi konsumen atau pembaca seperti yang telah diharapkan oleh persuasi. *Kedua*, terdapat 11 data yang menggunakan bahasa persuasi identifikasi dalam mempengaruhi konsumen atau pembaca. *Ketiga*, terdapat 20 data yang menggunakan bahasa persuasif sugesti dalam mempengaruhi konsumen atau pembaca seperti yang telah diharapkan oleh persuasi.