

ABSTRAK

Lutfiyah, 2021, *Penggunaan Bahasa Persuasi pada Promosi Produk HNI (Halal Network Internasional) di Kabupaten Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing : Hj. Kristanti Ayuanita M.P.d

Kata Kunci :Bahasa Persuasi, promosi, Produk HNI

Persuasi adalah komunikasi yang digunakan untuk memengaruhi dan meyakinkan orang lain. Dengan persuasi setiap individu mencoba berusaha memengaruhi kepercayaan dan harapan orang lain. Persuasi pada prinsipnya merupakan upaya menyampaikan informasi dan berinteraksi antar manusia dalam kondisi dimana kedua belah pihak sama-sama memahami dan sepakat untuk melakukan sesuatu yang penting bagi kedua belah pihak. Berkomunikasi dengan sesama, setiap individu berharap pesan yang disampaikan tersebut dapat dimengerti dan dipercaya.

Dalam dunia bisnis persuasi sering ditemukan dalam promosi. Kalimatnya yang menarik memudahkan calon konsumen untuk membelinya. Salah satu promosi yang menggunakan bahasa persuasi untuk menawarkan produknya adalah produk HNI (*Halal Network Internasional*). HNI adalah perusahaan halal network internasional yang mengeluarkan produk-produk herbal mulai dari kesehatan, kecantikan, serta rumah tangga. Strategi informasi yang digunakan oleh pihak HNI untuk menarik calon konsumen adalah dengan menggunakan bahasa persuasi. Hal ini digunakan agar produk HNI dapat bersaing dalam menarik calon konsumen untuk menggunakan produk yang mereka pasarkan.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka ada dua fokus penelitian yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini, yaitu : pertama, bagaimana wujud bahasa persuasi yang digunakan pada promosi produk HNI di Kabupaten Pamekasan; kedua, bagaimana teknik persuasi yang digunakan pada promosi produk HNI di Kabupaten Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah kalimat atau bahasa yang digunakan pada saat promosi. Sumber data dalam penelitian ini adalah salah satu distributor produk HNI yang ada di Pamekasan. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui simak, catat dan dokumentasi.

Hasil penelitian dari penggunaan bahasa persuasi pada promosi produk HNI mencakup (1) terdapat 30 data yang ditemukan oleh peneliti sudah termasuk dalam kategori sifat bahasa persuasi yaitu ajakan, anjuran atau saran, perintah, dan menegaskan. (2) dari seluruh teknik persuasi yang digunakan terdapat 14 teknik rasiolisasi, 5 teknik identifikasi, 2 teknik sugeati, 3 teknik konformitas, dan 6 teknik kompensasi. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa rasiolisasi merupakan teknik yang paling dominan digunakan pada promosi produk HNI di Kabupaten Pamekasan.