

ABSTRAK

Juwairiyah, 2023, *Penggunaan Bahasa Persuasi pada Promosi Produk MS. Glow di Kabupaten Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto, M.Pd.

Kata Kunci : *Bahasa Persuasi, Promosi, MS. Glow*

Bahasa persuasi merupakan bahasa yang digunakan untuk membujuk dan mempengaruhi konsumen agar mengikuti dan cenderung melakukan apa yang diminta atau disampaikan oleh produsen. Cara membujuk konsumen dengan adanya promosi di dalamnya, sedangkan promosi merupakan bentuk informasi yang mempunyai tujuan untuk menawarkan atau memperkenalkan salah satu produk dengan menggunakan bahasa. Produk yang menggunakan bahasa dalam mempromosikannya adalah produk MS. Glow. MS. Glow merupakan produk kecantikan yang sekarang sudah menjadi *Brand* ternama dan sudah mempunyai banyak cabang salah satunya di Pamekasan yang terletak di Jl. Trunojoyo No. 100. Ada dua permasalahan yang menjadi kajian pokok pada penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana wujud penggunaan bahasa persuasi pada promosi produk MS. Glow di Kabupaten Pamekasan?; *kedua*, bagaimana teknik penggunaan bahasa persuasi pada promosi produk MS. Glow di Kabupaten Pamekasan?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui teknik simak, teknik catat, dan dokumentasi. Informan penelitian ini yaitu konsumen dan karyawan, serta *reseler-reseler* resmi dari perusahaan MS. Glow yang terletak di jl. Trunojoyo No. 100 Pamekasan. Data yang diperoleh dirumuskan dalam bentuk hasil menyimak dan catatan pengamatan di lapangan dan juga sosial media toko tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: wujud penggunaan bahasa persuasi pada promosi produk MS. Glow di Kabupaten Pamekasan berupa periklanan yang terdiri dari 3 data, penjualan personal terdiri dari 1 data, promosi penjualan terdiri dari 5 data, hubungan masyarakat terdiri dari 1 data, dan pemasaran langsung terdiri dari 1 data. Teknik penggunaan bahasa persuasi pada promosi produk MS. Glow di Kabupaten Pamekasan. Beberapa teknik bahasa persuasi yang digunakan dalam mempromosikan produk berupa rasionalisasi terdiri dari 2 data, identifikasi terdiri dari 1 data, sugesti terdiri dari 1 data, konformitas terdiri dari 1 data, kompensasi terdiri dari 1 data, penggantian terdiri dari 1 data, dan proyeksi terdiri dari 1 data.