

ABSTRAK

Ranesa Nanda Agustin, 2108220075, Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Galuh. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital yang banyak menggunakan bahasa persuasif untuk memengaruhi dan meyakinkan audiens. Akun TikTok Reizuka Ari dipilih sebagai objek penelitian karena memuat berbagai bentuk bahasa persuasif dalam konten affiliate marketing. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan penggunaan gaya bahasa persuasif yang muncul melalui teknik rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian, dan proyeksi dalam akun TikTok Reizuka Ari, serta (2) mendeskripsikan hasil penelitian sebagai alternatif pengayaan bahan ajar menulis iklan untuk peserta didik kelas VIII SMP Fase D. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi, simak, dan catat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam akun TikTok Reizuka Ari ditemukan tujuh teknik persuasif, yaitu rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian, dan proyeksi. Hasil penelitian tersebut dapat dimanfaatkan sebagai alternatif pengayaan bahan ajar menulis iklan karena membantu siswa memahami bahwa bahasa persuasif dapat muncul melalui berbagai teknik persuasi dalam praktik komunikasi digital. Pengayaan bahan ajar yang disusun sesuai dengan ATP 4.4 menulis iklan pada kelas VIII SMP Fase D dan memenuhi karakteristik bahan ajar *self instructional*, *self contained*, *stand alone*, *adaptive*, dan *user friendly*.

Kata Kunci: Gaya Bahasa Persuasif, Pengayaan Bahan ajar