

## PELATIHAN BAHASA PERSUASIF BAGI IBU-IBU PKK MAGARSARI

Azzah Nayla, Zainal Arifin, Ghufron Abdullah  
Universitas PGRI Semarang

Email: [azzahnayla@upgris.ac.id](mailto:azzahnayla@upgris.ac.id), [zainalarifin@upgris.ac.id](mailto:zainalarifin@upgris.ac.id), [ghufronabdullah@upgris.ac.id](mailto:ghufronabdullah@upgris.ac.id)

### Abstrak:

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan ibu-ibu PKK Magarsari dalam menggunakan bahasa persuasif untuk kegiatan pemasaran online. Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar peserta masih kesulitan dalam menyusun kalimat promosi yang menarik dan komunikatif. Kegiatan ini menggunakan pendekatan fenomenologis dengan melibatkan peserta secara langsung dalam proses pembelajaran melalui empat tahap, yaitu identifikasi permasalahan, klasifikasi, penerapan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam membuat dan menggunakan kalimat persuasif untuk memasarkan produk secara online. Pelatihan ini diharapkan mampu membantu ibu-ibu PKK Magarsari dalam mengembangkan kemampuan komunikasi pemasaran yang efektif guna meningkatkan ekonomi keluarga.

Kata kunci: bahasa persuasif, pelatihan, PKK, pemasaran online

### Abstract:

This community service activity aims to improve the understanding and skills of the PKK women in Magarsari in using persuasive language for online marketing. Based on observations, most participants still struggled to create promotional sentences that are attractive and communicative. This program employed a phenomenological approach, directly involving participants through four stages: problem identification, classification, implementation, and evaluation. The results showed an improvement in participants' ability to compose and use persuasive sentences to promote products online. This training is expected to help PKK women in Magarsari develop effective marketing communication skills and support the improvement of their family economy.

Keywords: persuasive language, training, PKK, online marketing

### Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah memberikan peluang bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas ekonomi melalui platform daring. Namun, tidak semua pelaku usaha

memahami cara berkomunikasi yang efektif untuk menarik minat konsumen (Damayanti, 2016). Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar ibu-ibu PKK Magarsari yang berprofesi sebagai pedagang online hanya mendeskripsikan produk tanpa menggunakan bahasa persuasif. Padahal, penggunaan bahasa persuasif dalam promosi dapat meningkatkan daya tarik dan minat beli konsumen (Syams, & Tahir, 2021). Oleh karena itu, kegiatan pelatihan ini dilaksanakan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada peserta dalam menyusun kalimat persuasif untuk mendukung keberhasilan pemasaran online (Paramita, & Utama, 2022).. Tujuan utama kegiatan ini adalah membantu ibu-ibu PKK agar mampu mengembangkan strategi komunikasi yang efektif dan menarik guna meningkatkan hasil penjualan.

### **Permasalahan**

Permasalahan utama yang dihadapi mitra yaitu kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan bahasa persuasif pada aktivitas pemasaran online. Hal ini menyebabkan promosi yang dilakukan menjadi kurang menarik dan tidak mampu meningkatkan minat pembeli. Selain itu, peserta belum memiliki pengalaman dalam menyusun pesan promosi yang efektif untuk media social (Rani, & Martutik, 2006).. Permasalahan tersebut menimbulkan kebutuhan akan pelatihan yang mampu memberikan bekal praktis mengenai cara berbahasa yang persuasif dalam kegiatan promosi digital.

### **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan fenomenologis (Keraf, 2007). Argumentasi dan Narasi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.. Pendekatan ini menekankan pada pengalaman langsung peserta dalam memahami dan menerapkan bahasa persuasif. Sasaran kegiatan ini adalah ibu-ibu PKK Magarsari, Desa Margoyoso, Kecamatan Kalinyamatan, Kabupaten Jepara. Tahapan pelaksanaan meliputi: (1) identifikasi permasalahan, di mana peserta menyampaikan kesulitan mereka dalam promosi online; (2) klasifikasi permasalahan berdasarkan unsur bahasa yang digunakan; (3) penerapan teknik bahasa persuasif melalui latihan menulis dan berbicara; serta (4) evaluasi dan tindak lanjut untuk menilai peningkatan keterampilan peserta. Kegiatan dilaksanakan secara interaktif melalui ceramah, diskusi, simulasi, dan praktik langsung.

### **Pelaksanaan**

Pelatihan dilaksanakan di Balai Desa Margoyoso dengan melibatkan 45 peserta aktif. Pada tahap awal, tim pengabdian memberikan materi dasar mengenai konsep bahasa persuasif dan contohnya dalam konteks promosi produk online. Tahap selanjutnya adalah pendampingan dan praktik penyusunan kalimat promosi yang menarik, baik untuk caption media sosial maupun untuk kegiatan live selling. Peserta berlatih membuat kalimat ajakan dan bujukan yang sopan, efektif, serta sesuai dengan karakter produk yang dijual. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan saling memberikan masukan antar kelompok.

### **Hasil Dan Luaran**

Kegiatan pelatihan menghasilkan peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam menggunakan bahasa persuasif. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta

belum memahami perbedaan antara deskripsi informatif dan kalimat ajakan. Setelah pelatihan, peserta mampu membuat kalimat promosi yang lebih menarik, seperti mengganti kalimat biasa ‘Kami menjual batik Jepara berbagai motif’ menjadi ‘Yuk tampil elegan dengan batik Jepara asli karya ibu-ibu Magarsari!’. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 85% peserta telah mampu menyusun kalimat persuasif yang baik dan komunikatif. Luaran dari kegiatan ini meliputi peningkatan literasi bahasa, keterampilan komunikasi pemasaran digital, dan rencana tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan yang difasilitasi oleh kepala desa.

### **Kesimpulan**

Pelatihan bahasa persuasif bagi ibu-ibu PKK Magarsari berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam berkomunikasi secara menarik dan efektif pada kegiatan pemasaran online. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan berbahasa dan rasa percaya diri peserta dalam mempromosikan produk secara digital. Keberhasilan kegiatan ini diharapkan dapat berlanjut melalui program pelatihan lanjutan guna memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat.

### **Daftar Pustaka**

- Damayanti, R. (2016). *Hiperealitas Wacana Persuasi Iklan Kartu Telepon Seluler*. Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma.
- Keraf, G. (2007). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Paramita, E. P., Yoniarini, D. M., & Utama, I. M. P. (2022). Analisis Kalimat Persuasif dalam Strategi Komunikasi Penjualan Online pada Media Sosial Instagram (IG). *Jurnal Ilmiah Telaah*, 1(1).
- Rani, A., & Martutik. (2006). *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Syams, N., & Tahir, A. (2021). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Menggunakan Media Sosial Instagram pada UMKM. *Islam Communication Journal*, 6(1), 105–118.