

## ABSTRACT

*Muharini, Angela Merici. (1998). "The Analysis of Persuasive Discourse in Hotel Advertisements." Yogyakarta: Sanata Dharma University.*

Advertisements are one of persuasive discourses that are extensively used in our daily lives. They are found in magazines, newspapers, leaflets, billboards, televisions, or radios, offering various products, services, or ideas. As one of language variation, advertisements have a typical language or register different from other discourses. Since advertisements are persuasive discourses, the register of advertisements contains persuasive power embodied in their linguistic features.

This research studied about the register and persuasive power of advertisements. It was done in hotel advertisements collected from *The Jakarta Post* newspaper editions January until April 1998. By using observation method, this research had to answer two problems. The first problem was what register and persuasive power used in the hotel advertisements. The second one was what aspects of hotel register appeared in the register of the hotel advertisements. The research was descriptive in nature.

The research results show that the register of hotel advertisements is presented through three features: field, tenor and mode of discourse. The features are embodied in the linguistic features of the hotel advertisements which are described in the existence of personalised relationship by using direct address and imperative sentences, the use of incomplete sentences, the choice of words, the use of rhythm and sound repetitions, making use of events and situations in society, and the use of hotel register. As persuasive discourses, the register of hotel advertisements builds persuasive power through the linguistic features of the advertisements. Then, the aspects of hotel register that appear in the register of hotel advertisements are classified into particular words using in: hotel rooms, food and beverage, front office affairs, and other services and facilities.

The research has implications for teaching English. In accordance with the view of functional variation of language, teaching of registers can be applied in various material. Advertisements can also be used as teaching material to enhance the communicative competence of the students.

## ABSTRAK

*Muharini, Angela Merici. (1998). "Analisis Wacana Persuasif pada Iklan Hotel." Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.*

Iklan merupakan suatu bentuk wacana persuasif yang dipergunakan secara luas dan banyak terdapat dalam kehidupan sehari-hari. Iklan dijumpai di majalah, koran, selebaran, papan iklan, televisi atau radio, menawarkan berbagai produk, jasa, atau gagasan. Sebagai salah satu bentuk ragam bahasa, iklan mempunyai bahasa khusus atau disebut *register* yang berbeda dari wacana-wacana lain. Karena iklan termasuk wacana persuasif maka register iklan mempunyai kekuatan persuasif yang terkandung dalam unsur-unsur linguistiknya.

Penelitian ini meneliti tentang register dan kekuatan persuasif dari iklan. Penelitian dilakukan pada iklan hotel yang dimuat pada surat kabar harian The Jakarta Post terbitan Januari sampai April 1998. Dengan menggunakan metode observasi, penelitian ini mencoba menjawab dua masalah. Masalah pertama yaitu bagaimana register dan kekuatan persuasif dari iklan-iklan hotel yang dimuat di harian The Jakarta Post tersebut. Masalah kedua berkaitan dengan register hotel (bahasa khusus yang dipergunakan di bidang perhotelan), yakni: di dalam register iklan-iklan hotel tersebut, apa saja aspek-aspek dari register hotel yang tampak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa register dari iklan-iklan hotel tersebut dapat ditunjukkan melalui tiga komponen register yakni: medan, pelibat, dan sarana. Ketiga komponen itu terkandung dalam unsur-unsur linguistik dari bahasa iklan-iklan hotel tersebut yang ditunjukkan dengan adanya penciptaan hubungan personal melalui penggunaan penyebutan langsung dan kalimat-kalimat imperatif, penggunaan kalimat-kalimat yang tidak lengkap, pemilihan kata-kata, penggunaan irama dan pengulangan bunyi, pemanfaatan kejadian dan situasi di masyarakat, dan penggunaan register hotel. Sebagai bentuk wacana persuasif, register iklan-iklan hotel tersebut memiliki kekuatan persuasif yang terkandung di dalam unsur-unsur linguistik tersebut. Aspek-aspek dari register hotel yang terdapat pada iklan-iklan hotel tersebut dapat dikelompokkan menjadi kata-kata khusus yang dipergunakan untuk: ruangan-ruangan hotel, makanan dan minuman, urusan penerimaan tamu hotel, dan fasilitas serta pelayanan lainnya.

Penelitian ini berdampak bagi pengajaran bahasa Inggris. Sehubungan dengan adanya ragam bahasa yang bersifat fungsional maka pengajaran register dapat diterapkan dalam berbagai bahan pengajaran. Iklan juga dapat dipergunakan sebagai bahan pengajaran untuk meningkatkan kemampuan komunikasi siswa.