

ABSTRACT

Radityatama, Gustav Viko. (2017). *The Use of Rhetorical Figures in Adidas Advertisements Found in Facebook Status Updates*. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Dharma.

Nowadays, advertising industry is growing rapidly. There are many companies that have already used digital advertising, such as social media. One of the social media that is very efficient in promoting products is Facebook. Facebook can display advertisements based on visitors likes, ages, genders, and any other information.

There are many strategies that can be used to persuade the readers as consumers to buy the product that is advertised. One of the strategies is by considering linguistic aspect. In the linguistic aspect, advertisers often use rhetorical figures in order to make persuasive effects. The researcher was interested in analyzing the types of figures that were used by the Adidas Originals company in advertisements that were uploaded on their Facebook status updates.

In this research, there were two research questions. The first research question is which schemes of rhetorical figures are used in Adidas Facebook status updates? The second research question is which tropes of rhetorical figures are used in Adidas Facebook status updates?

The researcher used the qualitative method. To analyze the data, the researcher used *analisis wacana* or discourse analysis technique. The researcher used the advertisements that were uploaded on Facebook by Adidas Originals as the main data. There were 43 statuses uploaded by Adidas Originals' Facebook account. Those data were taken from the statuses uploaded from February 2017 until June 2017, which meant that these data were the recent data. To analyze the data, the researcher used 11 rhetorical figures from Vaičėnionienė's research. In promoting their products on Facebook, Adidas Originals used 8 from 11 rhetorical figures. Those 8 figures were repetition of sounds, syllables and keywords, synonymy, ellipsis, puns, wordplay, personification, simile, and overstatement. Besides, the researcher also concluded that there were some possible reasons why the rhetorical figures were used by Adidas Originals company in its advertisements that were uploaded on Facebook.

Keywords: rhetorical figures, Facebook, advertising, Adidas Originals

ABSTRAK

Radityatama, Gustav Viko. (2017). *The Use of Rhetorical Figures in Adidas Advertisements Found in Facebook Status Updates*. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Dharma.

Saat ini iklan sangat berkembang dengan pesat. Banyak perusahaan yang sudah menggunakan iklan digital diantaranya media sosial. Salah satu media sosial yang sangat efisien dalam mempromosikan produk adalah Facebook. Facebook dapat menampilkan iklan berdasarkan apa yang pengunjung suka, berapa usia pengunjung, apakah pria atau wanita dan berbagai info lainnya.

Banyak strategi yang dapat digunakan untuk membujuk pembaca sebagai konsumen untuk membeli produk yang diiklankan, salah satunya dengan mempertimbangkan aspek linguistik. Pada aspek linguistik, pengiklan biasanya menggunakan figur retorika untuk mendapatkan efek persuasif. Peneliti tertarik untuk menganalisa jenis figur yang digunakan oleh perusahaan Adidas Originals dalam iklan yang ada di dalam unggahan status Facebook perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini, ada dua pertanyaan yang akan dijawab. Pertama, jenis *schemes* dari figur retorika apa saja yang digunakan Adidas Originals dalam iklan yang ada di dalam unggahan status Facebook perusahaan tersebut. Kedua, jenis *tropes* dari figur retorika apa saja yang digunakan Adidas Originals yang ada di dalam unggahan status Facebook.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Dalam menganalisa data yang tersedia, peneliti menggunakan teknik analisis wacana atau *discourse analysis*. Peneliti menggunakan unggahan status Facebook dari perusahaan Adidas Originals sebagai data utamanya. Terdapat 43 status yang diunggah oleh akun Facebook Adidas Originals. Data yang diambil adalah status yang di unggah pada Februari sampai dengan Juni 2017, yang berarti data ini dapat dinyatakan sebagai data paling baru. Dalam menganalisa data, peneliti menggunakan 11 figur retorika dari penelitian Vaičėnienė. Dalam mempromosikan produknya di Facebook, ditemukan bahwa Adidas Originals menggunakan 8 dari 11 figur yang ada. Figur yang ditemukan tersebut antara lain, *repetition of sounds, syllables and keywords, synonymy, ellipsis, puns, wordplay, personification, simile, overstatement*. Selain itu, peneliti juga menyimpulkan beberapa kemungkinan alasan penggunaan figur retorika pada iklan yang digunakan perusahaan Adidas Originals di unggahan status Facebook mereka.

Kata Kunci: *rhetorical figures, Facebook, advertising, Adidas Originals*