

## ABSTRACT

IGNATIUS AGUNG ISMIYANTO. **A Study of Language Styles on Marlboro Advertisement Texts.** Yogyakarta: Department of English Letters, Faculty of Letters, Sanata Dharma University, 2010.

The advertisement texts play an important role in the product's selling. The Advertisement texts have several parts: the headline, subhead, body copy, slogan, and also logo. The parts can be defined as the advertisement texts. In this case, the writer uses the cigarette advertisement texts. There are many kinds of cigarette advertisement texts. However, the writer chooses **Marlboro** advertisement texts to be analyzed. **Marlboro** advertisement texts have famous images and slogans, **Marlboro Men**, and *Come to where the Flavor is, Come to Marlboro Country*. The writer is curious to investigate the language styles by analyzing the element of writing and linguistic features. Analyzing the language styles in the advertisement text and the linguistic features in the advertisement texts can improve our knowledge about the media language, writing skill, and help us to predict the effect to the text in order to create persuasion.

This thesis covers two main problems. The first is dedicated to investigate the functions of writing shown in **Marlboro** advertisement texts. The second problem is devoted to study the way the writing techniques and the linguistic features create the persuasion. Hopefully, this study will help the readers to know the styles of writing in **Marlboro** advertisement texts.

In order to answer those problems, the writer did some steps. The first was data collection and the second was data analysis. In collecting the data, the writer applies purposive sampling technique. The data were purposively chosen one which represents the different type of text from the year 1950s until 2000s. The data between 1950s until 2000s can be represented in the certain years. The data consisted of 24 data which represent the different advertisement texts from **Marlboro**. After the data were collected, the writer then analyzed the data. The analysis deals with stylistics writing application. Moreover, the most appropriate approach was stylistic because it studies the linguistic features in writing texts.

From the analysis the writer concludes that the **Marlboro** advertisement texts show that to convince the target market the advertisement could be write in both in persuasive and descriptive writing. There were 8 data showed the function to describe the details of the product. There were 24 data showed the function to convince and persuade the target market. The ways the writing techniques created the persuasion was investigated by the appeals. There were 9 data of emotional appeal, 2 data of ethical appeal, and 13 data of logical appeal. The writer also investigated that the **Marlboro** advertisement texts had 12 key sentences which can be analyzed its linguistic features like sentence pattern, certain rhyme, and diction. Their certain effect to texts to be more attractive is the way to create and strengthen the persuasion toward the target market.

## ABSTRAK

IGNATIUS AGUNG ISMIYANTO. **A Study of Language Styles on Marlboro Advertisement Texts**. Yogyakarta: Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma, 2010.

Teks iklan mempunyai peran yang sangat penting dalam penjualan produk. Teks iklan mempunyai beberapa bagian yaitu, judul utama, sub judul, teks, slogan, dan juga gambar. Bagian-bagian itu dapat didefinisikan sebagai teks iklan. Dalam hal ini, penulis menggunakan teks iklan rokok. Ada banyak jenis teks-teks iklan rokok. Akan tetapi, penulis memilih iklan teks **Marlboro** untuk dianalisis. Teks iklan **Marlboro** mempunyai *image* yang terkenal dan juga slogannya, **Marlboro Men**, dan *Come to where the Flavor is, Come to Marlboro Country*. Penulis sangat ingin meneliti gaya bahasa apa yang terdapat dalam teks iklan **Marlboro** dengan menganalisis unsur penulisan dan karakteristik-karakteristik bahasanya. Menganalisis gaya bahasa dalam sebuah teks iklan dan karakteristik bahasanya dapat meningkatkan pengetahuan kita tentang bahasa dalam media, keterampilan menulis, dan membantu kita untuk memprediksi pengaruhnya terhadap teks dalam rangka mempersuasi.

Skripsi ini mencakup dua pokok masalah. Masalah yang pertama ditujukan untuk meneliti fungsi apa yang ditunjukkan iklan **Marlboro**. Masalah yang kedua ditujukan untuk mempelajari bagaimana cara teknik penulisannya dan karakteristik bahasa dapat mempersuasi. Harapannya studi ini akan membantu pembaca mengetahui gaya bahasa dalam penulisan teks iklan **Marlboro**

Untuk menjawab masalah-masalah tersebut, penulis melakukan beberapa langkah. langkah pertama adalah pengumpulan data dan yang kedua adalah analisis data. Dalam pengumpulan data, penulis menerapkan teknik *purposive sampling*. Data yang dipilih mewakili jenis teks iklan yang berbeda dalam kurun waktu tahun 1950an sampai tahun 2000an. Data antara tahun 1950an sampai dengan tahun 2000an mewakili tahun-tahun tertentu. Data yang terkumpul terdiri dari 24 data yang mewakili teks iklan yang berbeda. Setelah data dikumpulkan, kemudian data dianalisis. Analisisnya mengacu pada penerapan stilistika penulisan, sehingga pendekatan yang paling sesuai adalah stilistika karena mempelajari karakteristik bahasa dalam sebuah tulisan.

Dari hasil analisis, penulis menyimpulkan bahwa teks iklan **Marlboro** berfungsi untuk mempersuasi target pasar adalah dengan menggunakan penulisan deskriptif dan persuasif. Dari 24 data, 8 data yang ditulis secara deskriptif, 24 data ditulis secara persuasif. 9 data berdaya tarik emosional, 2 data berdaya tarik etikal, dan 13 data berdaya tarik logikal. **Marlboro** memiliki 12 kalimat kunci yang memiliki karakteristik bahasa seperti pola kalimat, rima, dan pilihan kata. Efek tertentu kepada teks sebagai sarana untuk menciptakan dan memperkuat persuasi kepada pangsa pasar.