

ABSTRACT

Adelia Tiara Putri. (2019). *The Linguistic Features and Persuasive Techniques Used in Coca-cola Advertisement Slogans*. Yogyakarta: Sanata Dharma University.

Persuasive language is used to persuade others to do what the speaker expects. Persuasive languages are often used in advertisements in the form of written or oral advertisements. Advertisers often use slogans in their advertisements to make consumers easily remember the advertisement.

The focus of this research was the analysis of linguistic features and persuasive techniques that are on the slogan in *Coca-Cola* advertisements. The researcher wanted to solve the two research questions, namely (1) What linguistic features are used in the *Coca-Cola* advertisement slogans? (2) What kinds of persuasive techniques are used in *Coca-Cola* advertisement slogans?.

This research is qualitative research. The researcher analyzed 43 *Coca-Cola* slogans. The method of qualitative research that was applied in this research was content analysis. The researcher used theories from Grey (2008) and Kleppner (1986) in analyzing the data.

The results of this research showed that some linguistic features and persuasive techniques were used in all *Coca-Cola* advertisement slogans. The linguistic features which were mostly used were weasel word and simple. *Coca-Cola* showed the ability of the product and reminded it to the costumers to attract the costumers' attention. Meanwhile, the persuasive technique that was mostly used was retentive technique. This technique was used to remind the costumers about the product so they would always remember and buy the product. This research can be useful for teachers and students of English in learning about aspects in linguistics. This research can also be a reference for advertisers in creating advertisements that can persuade consumers to buy their products.

Keywords: advertisement, slogans, linguistic features, persuasive techniques, Coca-Cola

ABSTRAK

Adelia Tiara Putri. (2019). *The Linguistic Features and Persuasive Techniques Used in Coca-cola Advertisement Slogans*. Yogyakarta: Sanata Dharma University.

Bahasa persuasif digunakan untuk membujuk orang lain agar mereka melakukan apa yang di harapkan oleh pembicara. Bahasa persuasif sering digunakan dalam iklan baik dalam bentuk iklan tertulis atau lisan. Para pengiklan sering menggunakan slogan dalam iklan mereka untuk membuat para konsumen mudah mengingat iklan tersebut.

Penelitian ini berfokus pada analisis fitur linguistik dan teknik persuasif yang ada pada slogan dalam iklan Coca-Cola. Peneliti ingin menjawab dua pertanyaan penelitian, yaitu (1) Apa fitur linguistik yang digunakan dalam slogan iklan Coca-Cola? 2. Teknik persuasif seperti apa yang digunakan dalam slogan iklan Coca-Cola ?.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Peneliti menganalisis 43 slogan Coca-Cola. Metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi. Peneliti menggunakan teori dari Gray (2008) dan Kleppner (1986) dalam menganalisis data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa aspek linguistik dan teknik persuasif digunakan disemua slogan dari iklan Coca-Cola. Fitur linguistik yang sebagian besar digunakan adalah *weasel word* dan *simple vocabulary*. *Coca-Cola* menunjukkan kemampuan produk tersebut dan juga mengingatkan itu kepada kostumer untuk menarik perhatian mereka. Sedangkan, teknik persuasif yang sering digunakan adalah *retentive technique*. Teknik ini digunakan untuk mengingatkan kepada kostumer tentang produk tersebut sehingga mereka akan selalu mengingat dan membeli produk tersebut. Penelitian ini bisa bermanfaat bagi para guru dan pelajar bahasa Inggris dalam belajar tentang aspek-aspek dalam linguistik. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi para pengiklan dalam membuat iklan yang dapat membujuk para konsumen membeli produk mereka.

Kata Kunci: *advertisement, slogans, aspek linguistik, teknik persuasif, Coca-Cola*