

ABSTRACT

Priantini, M. E. (2015). *Rhetorical Devices in ELLE Magazine Advertisements*. Yogyakarta: Sanata Dharma University.

Since the nature of advertisements is to persuade people, the language used in advertisements is attractive and persuasive. Thus, advertisers employ rhetorical devices in the advertisements. A rhetorical device is defined as an artful deviation taken by a statement, in which a word could have more than one meaning. The existence of the deviation aims to persuade the audience.

This study aims to answer two formulated problems. The first research question was to identify types of rhetorical devices found in *ELLE* magazine advertisement headlines. The second one aimed to find out reasons for using rhetorical devices in the advertisement headlines.

The researcher conducted this qualitative research using discourse analysis as the method. Specifically, the data used in this research were collected from 323 English advertisement headlines found in *ELLE* magazines issued from January until December 2014.

The results showed that there were 21 types of rhetorical devices used in *ELLE* magazines advertisements. Furthermore, the researcher also found 4 reasons for using those rhetorical devices in the advertisements, namely giving persuasive quality, gaining attention, easing the message process, and leading to greater memorability and recall.

Keywords: *advertisement headline, rhetorical device, ELLE magazine*

ABSTRAK

Priantini, M. E. (2015). *Rhetorical Devices in ELLE Magazine Advertisements*. Yogyakarta: Sanata Dharma University.

Tujuan dasar dari sebuah iklan adalah untuk membujuk orang. Oleh karena itu, bahasa iklan dibuat menjadi menarik dan persuasif. Hal ini membuat para pengiklan menggunakan rhetorical devices dalam iklan mereka. Rhetorical devices diartikan sebagai seni berbahasa dimana satu kata dapat memiliki lebih dari satu makna. Munculnya rhetorical devices dalam iklan bertujuan untuk memberikan pesan yang bersifat persuasif kepada para pembaca.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua rumusan masalah. Pertama, jenis rhetorical devices yang di gunakan dalam headline iklan berbahasa Inggris di majalah ELLE tahun 2014. Kedua, alasan menggunakan rhetorical devices dalam headline iklan tersebut.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode discourse analysis. Data yang diperoleh dalam penelitian berasal dari 323 headline iklan berbahasa Inggris dari majalah ELLE tahun 2014.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 21 jenis rhetorical devices yang digunakan dalam semua iklan di majalah ELLE tahun 2014. Peneliti juga menemukan ada empat alasan digunakannya rhetorical devices dalam iklan-iklan tersebut yakni untuk membujuk para pembaca, memperoleh perhatian publik, memudahkan dalam memproses pesan, dan memudahkan dalam mengingat.

Kata kunci: headline iklan, rhetorical device, majalah ELLE