

## ABSTRACT

MUNTHE, APRYANTI MADAH. **The Impression of Rhetorical Devices in *Wendy's* Taglines.** Yogyakarta: Department of English Letters, Faculty of Letters, Sanata Dharma University, 2016.

Nowadays, people become familiar with the existence of advertisements. The use of advertisement as a means to communicate is very common today. Besides, the advertisement is also to attract and capture audiences' attentions. Sometimes, the words, phrases, or sentences used carry some significant meanings or messages. One of the fast-food brand companies playing words in the taglines is *Wendy's*. The outlets have been widespread in the world. It is enticing to analyze since *Wendy's* uses several means to capture audiences' attentions in promoting the products.

Subsequently, those facts lead to formulate two research problems analyzed. The first research problem is what kinds of rhetorical devices are used in *Wendy's* taglines. The second one is how *Wendy's* impresses the audiences through its taglines. These research problems are enticing to analyze because people are not aware that advertising influences their ways of thinking or mnemonic effect. Goddard justifies that "the reader is encouraged to think that they are going to by something that is beyond the reach of the hoi polloi. It is a privileged buy" (1998: 74).

Thereafter, it appears that *Wendy's* has published 35 taglines from 1969 until today. To reveal the ideas of taglines within *Wendy's* advertisements, the theory applied is one of the linguistic branches, stylistics. Applying stylistics helps the researcher identify and categorize the rhetorical devices used within *Wendy's* taglines in recent years. Besides, there are 30 questionnaires. The questionnaire is to show which rhetorical devices appear to be the most persuasive in *Wendy's* taglines according to the audiences.

Thus, the analysis shows that there are 19 rhetorical devices applied in *Wendy's* taglines. The rhetorical devices are aphaeresis, parallelism, asyndeton, alliteration, assonance, anaphora, epanalepsis, homoioteleuton, rhyme, free verbal repetition, metaphor, hyperbole, litotes, onomatopoeia, rhetorical question, periphrasis, anthimeria, polysemy, and pun. Meanwhile, the questionnaires reveal that employing the rhetorical devices is important because it affects the audiences. Moreover, assonance is considered as the most persuasive rhetorical device.

## ABSTRAK

MUNTHE, APRYANTI MADAH. **The Impression of Rhetorical Devices in Wendy's Taglines**. Yogyakarta: Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Sanata Dharma University, 2016.

Saat ini, masyarakat menjadi akrab dengan adanya iklan. Penggunaan iklan sebagai sarana komunikasi sangatlah familiar sekarang. Selain itu, iklan juga digunakan untuk menarik perhatian pembaca. Kadang-kadang, kata, frase, atau kalimat yang digunakan menyiratkan arti atau pesan penting. Salah satu perusahaan makanan cepat saji yang bermain dengan kata-kata dalam membuat slogan adalah *Wendy's*. *Wendy's* adalah salah satu perusahaan makanan cepat saji yang terkenal di dunia. Outletnya telah tersebar di seluruh dunia. Hal ini menarik untuk dianalisis karena *Wendy's* menggunakan beberapa cara untuk menarik perhatian pembaca dalam mempromosikan produknya.

Selanjutnya, fakta-fakta tersebut mengarah kepada dua masalah penelitian dianalisis. Masalah penelitian yang pertama adalah jenis *rhetorical devices* yang digunakan dalam slogan *Wendy's*. Sedangkan, masalah penelitian yang kedua adalah bagaimana *Wendy's* mengesankan pembaca melalui slogannya. Masalah penelitian ini sangat menarik untuk dianalisis karena masyarakat tidak menyadari bahwa iklan memengaruhi cara berpikir mereka.

Setelah itu, *Wendy's* telah menerbitkan 35 slogan sejak tahun 1969 hingga saat ini. Untuk mengungkapkan ide-ide dari slogan dalam iklan *Wendy's*, teori yang digunakan adalah salah satu cabang dari linguistik, yaitu stilistika. Menerapkan stilistika membantu peneliti mengidentifikasi dan mengkategorikan *rhetorical devices* yang digunakan dalam slogan *Wendy's* dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, terdapat 30 kuesioner yang dibagikan. Kuesioner ini dibagikan untuk menunjukkan *rhetorical devices* yang paling persuasif di *Wendy's* slogan menurut pembaca.

Kemudian, analisis menunjukkan bahwa ada 19 *rhetorical devices* diterapkan di slogan *Wendy's*. Jenis-jenis *rhetorical devices* yang digunakan adalah *aphaeresis*, *parallelism*, *asyndeton*, *alliteration*, *assonance*, *anaphora*, *epanalepsis*, *homoioteleuton*, *rhyme*, *free verbal repetition*, *metaphor*, *hyperbole*, *litotes*, *onomatopoeia*, *rhetorical question*, *periphrasis*, *anthimeria*, *polysemy*, dan *pun*. Sementara itu, hasil kuesioner menunjukkan bahwa penggunaan jenis *rhetorical devices* penting karena itu memengaruhi pembaca. Selain itu, *assonance* dianggap sebagai jenis *rhetorical devices* yang paling persuasif.