

ABSTRACT

Mahendarta, Julio Krisna. 2020. *Persuasive Language Strategies in Advertisement Texts in English Textbooks for Tenth Grade of Senior High School*. Undergraduate Thesis, English Language Education Department, Faculty of Teacher Training and Education, University of PGRI Adi Buana Surabaya, Advisor: Salim Nabhan, S.Pd., M.A.

Keywords : *Persuasive Language Strategies, Advertisement texts in English textbooks*

In daily communication, persuasion takes an important part. One of the areas that needs persuasion is advertisement. Concerning the topic, this study aims to describe persuasive language strategies included in advertisement texts of English textbooks for tenth grade of senior high school.

The descriptive qualitative method was used to conduct this research as the researcher described and explained the types of persuasive strategies used as the advertisement texts of English textbooks. The researcher collected the data by taking some advertisement texts in two different English textbooks. They were "Let's Learn English" published by PT. Bumi Aksara (2016) and "Pathway to English" published by Erlangga (2017). For the data validity, this study used theoretical triangulation included the theory of persuasive language strategy by Jane Austen as main theory, John O'Shaughnessy's theory of advertisement marketing, and John O'Keefe's theory of variability of persuasive language as supporting theory.

Based on the result of the study, persuasive strategies used in advertisement texts of English textbooks were divided into three categories namely ethos, pathos, and logos. English textbook "Let's Learn English" contained ethos, pathos, logos, while the other English textbook "Pathway to English" just covered pathos and logos. Through the persuasive strategies, the advertisement texts in English textbook attempted to influence the reader.

ABSTRACT

Mahendarta, Julio Krisna. 2020. *Persuasive Language Strategies in Advertisement Texts in English Textbooks for Tenth Grade of Senior High School*. Undergraduate Thesis, English Language Education Department, Faculty of Teacher Training and Education, University of PGRI Adi Buana Surabaya, Advisor: Salim Nabhan, S.Pd., M.A.

Keywords : *Persuasive Language Strategies, Advertisement texts in English textbooks*

Dalam komunikasi sehari-hari, persuasi mengambil bagian penting. Salah satu bidang yang perlu dibujuk adalah iklan. Mengenai topik, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi bahasa persuasif yang termasuk dalam teks iklan buku teks bahasa Inggris untuk kelas sepuluh sekolah menengah atas.

Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian ini karena peneliti menggambarkan dan menjelaskan jenis strategi persuasif yang digunakan sebagai teks iklan buku teks bahasa Inggris. Peneliti mengumpulkan data dengan mengambil beberapa teks iklan dalam dua buku teks bahasa Inggris yang berbeda. Mereka adalah "Ayo Belajar Bahasa Inggris" yang diterbitkan oleh PT. Bumi Aksara (2016) dan "Pathway to English" diterbitkan oleh Erlangga (2017). Untuk validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi teoritik termasuk teori strategi bahasa persuasive oleh Jane Austen sebagai teori utama, teori pemasaran iklan John O'Shaugnessy, dan teori John O'Keefe tentang variabilitas dari bahasa persuasive sebagai teori pendukung.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi persuasif yang digunakan dalam teks iklan buku teks bahasa Inggris dibagi menjadi tiga kategori yaitu etos, pathos, dan logos. Buku teks bahasa Inggris "Ayo Belajar Bahasa Inggris" berisi etos, pathos, logos, sedangkan buku teks bahasa Inggris lainnya "Pathway to English" hanya membahas pathos dan logos. Melalui strategi persuasif, teks iklan dalam buku teks bahasa Inggris berusaha untuk mempengaruhi pembaca.