

ABSTRACT

Ulumiyah, Umi Lailatul. 2015. *Persuasive Technique Used in Colours Magazine*.

Thesis. English Department, Faculty of Letters and Humanities, State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya. Advisor: Dr. Mohammad Kurjum, M.Ag.

Key words: persuasion, persuasive techniques, magazine advertisement

This study is conducted to analyze persuasive technique that is used in Colours magazine. There are two research problems in this study. Firstly, what are persuasive techniques used in advertisement of Colours magazine. Secondly, what is the function of each persuasive techniques used in advertisement of Colours magazine.

In this study the writer uses the theory from Larson (2004). Larson (2004) states that there are two techniques in persuasion. They are intensification and downplaying. Intensification is divided into three techniques. They are repetition, association and composition. Downplaying is divided into three techniques. They are omission, diversion, and confusion. The writer uses descriptive qualitative method in her research. In this study, the writer also want to get detailed understanding about the using of persuasive techniques based on the type of those techniques that is used in advertisement of Colours magazine and the describing of those functions.

The writer also found that Colours magazine advertisement uses five techniques of persuasion. To intensify their own good points and the weak point of the opposition, it used the techniques of repetition, association and composition. While to downplay their own bad or weak point and the good point of the opposition, it used the techniques of omission and diversion. Besides, omission is technique that most commonly used and confusion is not found. The writer also found the function of each persuasive technique. Repetition is used to emphasize the message. Association is used to associate with the things that the reader like. Composition is used to change the physical appearance of the message. Omission is used to eliminate their own bad point and the good point of the opposition and diversion is used to shift attention away from another's good point or one's own bad point.

INTISARI

Ulumiyyah, Umi Lailatul. 2015. *Persuasive Technique Used in Colours Magazine*. Thesis. English Department, Faculty of Letters and Humanities, State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya. Advisor: Dr. Mohammad Kurjum, M.Ag.

Kata Kunci: persuasif, teknik persuasif, iklan majalah

Skripsi ini membahas tentang fenomena teknik persuasif yang digunakan pada majalah Colours. Pembahasan ini dibagi menjadi dua rumusan masalah. Pertama, jenis teknik persuasif yang digunakan pada iklan di majalah Colours. Kedua, fungsi pada setiap teknik yang digunakan pada iklan di majalah Colours.

Dalam pembahasan ini penulis menggunakan teori dari Larson (2004). Larson (2004) mengungkapkan bahwa teknik persuasif dibagi menjadi dua, yaitu intensification dan downplaying. Teknik Intensification dibagi menjadi tiga kategori, yaitu repetition, association and composition. Sedangkan teknik downplaying dibagi menjadi tiga kategori, yaitu omission, diversion, and confusion. Penulis menggunakan metode descriptive qualitative pada penelitian ini. Penulis juga ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang tipe dari teknik persuasif beserta fungsinya yang terdapat pada majalah Colours.

Penulis juga menemukan bahwa majalah Colours menggunakan lima teknik untuk menarik pembaca. Untuk menguatkan keunggulan dari produk dan melemahkan produk dari lawannya, pengiklan menggunakan teknik repetition, association dan composition. Sedangkan untuk merendahkan keburukan serta kebaikan dari lawannya, pengiklan menggunakan teknik omission dan diversion. Teknik yang sering digunakan pada iklan di majalah Colours yaitu teknik Omission dan teknik yang tidak ditemukan adalah teknik confusion. Penulis juga menemukan fungsi dari setiap teknik. Repetition digunakan untuk menekankan pesan pada iklan. Association digunakan untuk menghubungkan iklan dengan sesuatu yang pembaca sukai. Composition digunakan untuk merubah bentuk fisik dari sebuah iklan. Omission digunakan untuk menghilangkan keburukan miliknya serta keunggulan lawannya sedangkan diversion digunakan untuk mengalihkan perhatian dari keunggulan lawannya atau keburukannya.