

ABSTRACT

Putri Amelia Damayanti. 1205030173. *Linguistic Features and Persuasive Techniques Used in Instagram Captions of Collective Local Stores*. An Undergraduate Thesis. Department of English Literature, Faculty of Adab and Humanities, Sunan Gunung Djati State Islamic University Bandung. Supervisors: 1. Dr. Dedi Sulaeman, M.Hum., 2. Tenny Sudjatnika, M.Ag.

This study examines the linguistic features and persuasive techniques used in 80 Instagram captions of collective local stores. The theories used are the theory of linguistic features from Grey (2008) and the theory of persuasive techniques from Romanova & Smirnova (2019). This research uses a qualitative method of content analysis approach. The researcher found 330 linguistic feature data categorized into two parts, namely (1) lexical features, including 45 simple vocabulary data, 25 familiar language data, 17 potency data, 13 hyperbole data, 12 weasel word data, 10 glamorization data, 6 repetition data, 6 humor data, 5 neologism data, and 3 euphemism data. (2) syntactic features include 49 data of simple and colloquial language, 41 data of present tense, 38 data of imperative, 15 data of incomplete sentences, 13 data of long noun phrases, 10 data of syntactic parallelism, 7 data of association, 7 data of ellipsis, 6 data of ambiguity and 2 data of short sentences. It was also found that 116 data of three persuasive techniques used in Instagram captions of local collective stores are 71 data of pathos, and 32 data of logos, 12 data of ethos. The results of the analysis show that the local collective store uses all linguistic features and persuasive techniques in its Instagram caption by emphasizing simple vocabulary features, colloquial language, and pathos persuasive techniques. Researchers suggest that readers use linguistic features and persuasive techniques in creating persuasive messages in digital advertising in forming a caption that is interesting and relevant to the audience who is the younger generation.

Keywords: linguistics features, technique persuasive, Instagram caption, collective local stores

ABSTRAK

Putri Amelia Damayanti. 1205030173. *Linguistic Features and Persuasive Techniques Used in Instagram Captions of Collective Local Stores*. Skripsi Gelar Sarjana. Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Pembimbing: Dr. Dedi Sulaeman, M.Hum., 2. Tenny Sudjatnika, M.Ag.

Penelitian ini menganalisis fitur linguistik dan teknik persuasif yang digunakan pada 80 caption Instagram dari toko lokal kolektif. Teori yang digunakan adalah teori fitur linguistik dari Grey (2008) dan teori teknik persuasif dari Romanova & Smirnova (2019). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan analisis konten. Peneliti menemukan 330 data fitur linguistik yang dikategorikan menjadi dua bagian yaitu (1) fitur leksikal, termasuk 45 data kosakata sederhana, 25 data bahasa yang familiar, 17 data potensi, 13 data hiperbola, 12 data kata musang, 10 data glamorisasi, 6 data pengulangan, 6 data humor, 5 data neologisme, dan 3 data eufemisme. (2) fitur sintaksis termasuk 49 data bahasa sederhana dan sehari-hari, 41 data present tense, 38 data imperative, 15 data kalimat tidak lengkap, 13 data frasa kata benda panjang, 10 data paralelisme sintaksis, 7 data asosiasi, 7 data ellipsis, 6 data ambiguitas dan 2 data kalimat pendek. Ditemukan juga 116 data dari tiga teknik persuasif yang digunakan dalam caption Instagram dari toko kolektif local yaitu 71 data patos, and 32 data logos, 12 data etos. Hasil analisis menunjukkan bahwa toko lokal kolektif menggunakan seluruh fitur linguistik dan teknik persuasif dalam caption instagramnya dengan menonjolkan fitur kosakata sederhana, bahasa sehari-hari dan teknik persuasif patos. Peneliti menyarankan bagi para pembaca untuk menggunakan fitur linguistik dan teknik persuasif dalam membuat pesan persuasif dalam iklan digital dalam membentuk sebuah caption yang menarik dan relevan dengan audiens yang merupakan generasi muda.

Kata Kunci: aspek linguistik, teknik persuasif, caption Instagram, toko kolektif local