

ABSTRACT

Arli Ochaputri Hartono. 220511100089. English Study Program. An Analysis of Tropes as Rhetorical Devices Used in Online Loan Advertisement.

This study examines the use of tropes as a rhetorical device in the advertisements of three online loan providers, namely SoFi, MoneyMe, and SallieMae. The purpose of this study is to identify the types of tropes as rhetorical devices used in online loan advertising and to explain the functions of the tropes used in online loan advertising.

The total 62 data were collected in this study and analyzed using Fahnestock (2011) theory to describe the types of tropes and its functions. This study employs a descriptive qualitative design as proposed by Yin (2016). The researcher serves as the primary instrument of the study, applying content analysis to examine the use of tropes in online loan advertisements from TikTok and YouTube.

The results indicate that out of the 13 types of tropes proposed by Fahnestock (2011), 12 types were found in online loan advertisements. These include Synecdoche, Metonymy, Antonomasia, Metaphor, Allegory, Simile, Analogy, Irony, Hyperbole, Amphiboly, Paradox and Paralepsis/paeteritio. These types appears in online loan advertisements serve to deliver the rhetor's arguments and attitudes, make a statement salient by the excessive wording, produce a mutual laugh and corrosive derision, and lead the audience to think about a subject in a way that helps the rhetor's case.

Keywords: *Stylistics, Tropes, Rhetorical Devices, Online Loan Advertisement, Fahnestock (2011)*

ABSTRAK

Arli Ochaputri Hartono. 220511100089. Program Studi Sastra Inggris. Analisis Kiasan Sebagai Perangkat Retorika yang Digunakan dalam Iklan Pinjaman Online.

Penelitian ini memeriksa mengenai penggunaan kiasan sebagai perangkat retorika dalam iklan tiga pinjaman online, yakni SoFi, MoneyMe dan SallieMae. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tipe tipe kiasan sebagai perangkat retorika yang digunakan dalam iklan pinjaman online serta untuk menjelaskan bagaimana fungsi kiasan tersebut dalam membangun daya persuasi terhadap audiens.

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini berjumlah 62 data, dan dianalisis menggunakan teori Fahnestock (2011) untuk memaparkan tipe kiasan dan fungsinya. Penelitian ini menggunakan design kualitatif deskriptif yang dikemukakan oleh Yin (2016). Peneliti berperan sebagai instrumen utama penelitian menerapkan analisis konten untuk mengkaji penggunaan kiasan dalam iklan pinjaman online dari TikTok dan Youtube.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total 13 tipe kiasan yang dikemukakan oleh Fahnestock (2011), sejumlah 12 kiasan ditemukan dalam iklan pinjaman online. Tipe tersebut adalah sinekdoke, metonimi, antonomasia, metafora, alegory, simile, analogi, ironi, hiperbola, amfiboli, paradoks dan paralipsis/praeteritio. Kiasan kiasan yang muncul dalam iklan pinjaman online berfungsi untuk menyampaikan argumen dan sikap sang retorika, membuat pernyataan menonjol dengan penggunaan kata-kata yang berlebihan, menghasilkan tawa bersama dan ejekan yang pedas, dan mengarahkan audiens untuk berfikir tentang suatu subjek dengan cara yang mendukung posisi retorika.

Kata kunci: *Stylistics, Kiasan, Perangkat Retorika, Iklan Pinjaman Online, Fahnestock (2011)*