

## ABSTRAK

**Bella Dwisudawati.** 2018. **Analisis Gaya Bahasa Personifikasi dalam Iklan Majalah Elle dan Marie Claire.** Skripsi. Program Studi Pendidikan Bahasa Perancis, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana gaya bahasa personifikasi tercermin dalam kalimat iklan majalah wanita Prancis, yakni majalah *Elle* dan *Marie Claire*.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis dilakukan untuk mengetahui bagaimana bentuk gaya bahasa personifikasi dalam wacana iklan dari berbagai produk dalam majalah *Elle* dan *Marie Claire* dengan merujuk pada teori Fontanier sebagai acuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah simak dan catat. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik menurut Miles dan Huberman yang dibagi menjadi 3 tahap, yaitu tahap reduksi data, tahap penyajian data, dan tahap penarikan atau verifikasi data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dan dibantu dengan tabel analisis data berupa tabel iklan yang mengandung bentuk gaya bahasa personifikasi.

Hasil penelitian dari 9 majalah *Elle* dan *Marie Claire*, ditemukan sembilan majalah yang memiliki iklan dengan penggunaan gaya bahasa personifikasi. Setelah dilakukan analisis, 30 wacana iklan teridentifikasi mengandung gaya bahasa personifikasi. Selain itu, ditemukan total 25 kata kerja dengan sifat insani yang digunakan untuk subyek benda mati dalam wacana iklan tersebut.

**Kata Kunci:** *Elle, Marie Claire*, Personifikasi

## ABTRACK

**Bella Dwisudawati.** 2018. **Analysis of Personification Language Style on Advertising Elle Magazine and Marie Claire.** Essay. French Language Study Program, Faculty of Languages and Arts, Universitas Negeri Jakarta.

This research has purpose to find out how the personification language style reflected in the ads of France women's magazine, known as Elle magazine edition October 27<sup>th</sup> 2017, 16<sup>th</sup> May 2018, 22<sup>nd</sup> June 2018, 29<sup>th</sup> June 2018, 13<sup>th</sup> July 2018, 20<sup>th</sup> July 2018, and Marie Claire Magazine edition May, June, and July 2018.

This research is descriptive qualitative research using the content analysis method. The Analysis was conducted to find out how the form of personification language style in the advertising of various products in Elle and Marie Claire magazine by referring to Fontainer theory as a reference for research. Data Collection technique in this study is to see and record. This research uses Miles and Huberman data analysis technique which is divided into 3 stages that is data reduction stage, data presentation stage, and data withdrawal or data verification stage. The instrument used in this study is to create a data analysis table in the form of an ad discourse table that containing the form of personification language style.

The results from 9 Elle and Marie Claire magazines, found nine magazines that have advertising using personification language style. After the analysis, 30 identified advertising discourses contain the personification language style. In addition, a total of 25 human verbs were found which were used for inanimate subjects in the advertising discourse.

**Keyword:** *Elle, Marie Claire*, Personification