

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur wacana promosi wisata. Struktur dalam wacana promosi wisata yang merupakan wacana persuasi kurang lebih dipengaruhi oleh komponen-komponen informasi yang terdapat pada masing-masing wacana maka dilakukan analisis terhadap komponen-komponen informasi yang menyusun masing-masing wacana promosi yang terdapat pada *Travel Guide Yogyakarta*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana data yang dikumpulkan berupa data tulisan dalam bahasa Inggris yang terdapat pada *Travel Guide Yogyakarta*. Kemudian data yang terkumpul dianalisis dengan dideskripsikan dan diklasifikasikan sesuai jenisnya kemudian disajikan dalam bentuk terperinci dan deskriptif.

Berdasarkan kajian yang seksama, ditemukan bahwa komponen informasi dari 28 wacana promosi wisata yang terdiri atas 8 jenis yang disusun atas komponen informasi yang berbeda berdasarkan topikalisasi yang dibentuk oleh masing-masing wacana. Dari analisis yang telah dilakukan, terdapat generalisasi komponen-komponen informasi penyusun wacana promosi wisata, yaitu: informasi deskripsi wisata, informasi letak geografis wisata, informasi fasilitas, informasi amenities (produk dan atraksi wisata), informasi transportasi, dan informasi harga. Struktur wacana pada wacana promosi wisata secara umumnya dihasilkan dari kajian-kajian terhadap komponen informasi yang terkandung pada wacana. Terdapat tiga bagian struktur wacana, yaitu bagian awal, tengah, dan akhir. Selanjutnya, untuk mewujudkan persuasi maka terdapat penggunaan kata-kata positif yang diwujudkan dalam bentuk kata sifat dan kata sifat perbandingan. Selain itu, juga terdapat penggunaan metafora dan personifikasi sebagai wujud kefiguratifan yang dapat memperindah wacana dan sebagai gaya bahasa.

Kata Kunci: *Wacana Promosi Wisata, Analisis Wacana, Travel Guide Yogyakarta*

ABSTRACT

This research intends to find out the structure of tourism promotion discourse. The structure is dependently influenced by components of information in every kind of tourism promotion discourse. Therefore, the analysis of components of information is conducted.

This is a qualitative descriptive research, which the data written in English are collected from *Travel Guide* Yogyakarta. Then the collected data are analyzed by description and classification and presented in itemized.

Based on the studies, it is found that there are 28 promotions tourism discourse which are composed of 8 kinds of promotion tourism discourse which has different components of information based on topics of each kind. Based on the data analysis, the general components of information on tourism promotion discourse are information of tourism description, geographic tourism location, facilities, amenities (tourism product and attraction), transportation, and price. The discourse structure is resulted by studying the components of information presented on the discourses. There are three parts of this discourse structure; the first, middle, and last part. Furthermore, to achieve the persuasive impact, this discourse uses positive words presented in adjectives, comparatives, and superlatives. The use of metaphor and personification in this discourse is also found to achieve the figurativeness for discourse beautification and as language style.

Keywords: *Tourism Promotion Discourse, Discourse Analysis, Travel Guide Yogyakarta*