

ABSTRACT

Pandia, Betharia Sembiring, Registration Number: 8176112010. Cognitive Consideration in Persuading Readers in Argumentative Writing. A thesis. Postgraduate School, English Applied Linguistics Study Program. State University of Medan, 2019

The objectives of this study were to describe the ways the writers persuade readers in argumentative writing and to elaborate the cognitive considerations that the writers employ in persuading readers in argumentative writing. This study followed the theory of Ramage *et.al* (2016) about the ways of persuading readers which comprises of (1) text structure; (2) reasoning; and (3) persuasive appeal; and the cognitive considerations in writing argumentative text by Deane *et.al* (2008) that included: (a) readers' domain knowledge and text structure; (b) readers' attitude toward the subject; (c) textual cues; and (d) reasoning. The data of this study were gathered by using elicitation technique, asking the 8th semester of undergraduate students, to write argumentative text under predetermined topic *Social media should be banned* with three intended readers, they were: Junior High School, Senior High School, and Undergraduate students. This study revealed that the subjects manipulated the text structure by presenting three-layered text structure of argumentative writing, and presenting the pseudo-evidence and organizing cause and effect relationship in terms of the reasoning aspect. In addition to the ways of persuading the readers, it was found that the subjects only have two kinds of cognitive consideration in writing argumentative text as to the scope of the study, they were: (a) readers' domain knowledge and text structure; and (b) reasoning. These kinds of consideration were applied across all intended readers. The ways of persuading readers were also applied to all intended readers which meant that the subjects neither had specific cognitive consideration nor specific ways of persuading readers for specific readers.

Keywords : *cognitive consideration, argumentative, writing, persuasive*

ABSTRAK

Pandia, Betharia Sembiring, NIM: 8176112010. *Cognitive Consideration in Persuading Readers in Argumentative Writing*. Tesis. Linguistik Terapan Bahasa Inggris Program Pascasarjana Universitas Negeri Medan, 2019

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan cara-cara subjek penelitian dalam membujuk pembaca dan untuk mengelaborasi pertimbangan kognitif yang mereka terapkan melalui tulisan argumentasi mereka. Penelitian ini membahas cara dan jenis pertimbangan kognitif dalam membujuk pembaca teks argumentasi melalui teori Ramage dkk. (2016) yang terdiri dari aspek: (1) struktur teks; (2) penalaran; dan (3) *persuasive appeal*; dan teori tentang bentuk-bentuk pertimbangan kognitif dalam membujuk pembaca oleh Deane dkk. (2008) yang mencakup: (a) pengetahuan pembaca dan struktur teks; (b) sikap pembaca terhadap topik pembahasan; (c) petunjuk teks; dan (d) penalaran. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik elisitasi dengan meminta mahasiswa/i semester 8 untuk menulis karangan argumentasi dengan topic yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu *Should social media be banned?* dengan tiga target pembaca yang berbeda, seperti: Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), dan mahasiswa/i strata 1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa subjek penelitian memanipulasi struktur teks dengan menampilkan tiga lapisan struktur teks argumentasi; menampilkan fakta semu dan menyusun hubungan sebab akibat dalam aspek penalaran. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa subjek penelitian memiliki dua macam pertimbangan kognitif dalam mempengaruhi pembaca, yaitu: (a) pengetahuan pembaca terhadap topik pembahasan dan struktur teks; dan (b) penalaran. Bentuk pertimbangan ini diterapkan subjek penelitian dalam tulisan argumentasi mereka untuk semua target pembaca. Selain bentuk pertimbangan kognitif, subjek penelitian juga menggunakan cara-cara persuasi yang sama ke semua target pembaca. Hal ini berarti bahwa subjek penelitian tidak memiliki pertimbangan kognitif ataupun cara-cara khusus untuk membujuk target pembaca.

Kata kunci: *pertimbangan kognitif, argumentasi, menulis, persuasi*

