

ABSTRACT

Asep Koswara. 1209503025. *Schematic Structure and Copywriting Strategy in E-Mail Business Sales Letter.*

This research departs from the researcher's interest to know genre, scheme structure and copywriting strategy of e-mails. This research focuses on the e-mail in the form of sales letter named as e-mail business sales letter.

Genres are not only characterized by shared set of communicative purposes, but they are also highly structured. An e-mail business sales letter is a part of promotional genre which is categorized in several genres and it uses language to perform a communicative event systematically. Besides, the use of copywriting is also very important because it is as the power of sales letter.

This research is formulated into three questions; what kinds of genre specific-text in e-mail business sales letters are found, how the schematic of sales letter's structure is used on e-mail business sales letters and how the copywriting strategy is set on that e-mail business sales letters. The objectives of this study are to find out the kind of genre specific text, the schematic structure and copywriting strategy set on e-mail business sales letter.

The method used in this research is descriptive and qualitative research in which the data are taken from private e-mails' account of the researcher himself; hunterlove_boy@yahoo.co.id and sepp.idealiz@gmail.com. The data are collected and analyzed using the theory of genre analysis. The *e-mail genres* theory from Kankaanranta is to answer the first question; the *schematic structure* theory from Bhatia's is to answer the second question and *copywriting strategy* theory of Elmo Lewis is to answer the third question.

Referring to the three research questions, the result of this study shows that there are three genres of specific text of e-mail business sales letter. Then for the schematic structure, there are seven moves set on e-mail sales letter, and for the copywriting strategy, the researcher found four theory.

Finally, the researcher suggests that those who have e-mail account have to be careful, not to take action directly after receiving an e-mail. It is because based on this research, it is found that those e-mails containing business sales letters use certain scheme and strategy in order to make the reader believes the content of the letter and then takes an action.

Keyword; *genre, genre analysis, dialogue genre, postman genre, noticeboard genre, schematic structure, copywriting strategy, e-mail business sales letter.*

ABSTRAK

Asep Koswara. 1209503025. *Schematic Structure and Copywriting Strategy in E-Mail Business Sales Letter.*

Penelitian ini berangkat dari ketertarikan peneliti untuk mengetahui genre, struktur skema dan strategi copywriting pada e-mail. Penelitian ini berfokus pada e-mail dalam bentuk surat penjualan atau biasa disebut *sales letter*.

Genre tidak hanya ditandai dengan tujuan komunikatif, tetapi juga sangat terstruktur atau terskemakan. Sebuah e-mail penjualan (*sales letter*) adalah bagian dari genre promosi yang dikategorikan kedalam beberapa genre dan menggunakan bahasa yang komunikatif serta sistematis. Selain itu, penggunaan copywriting juga sangat penting karena merupakan kekuatan *sales letter*.

Penelitian ini dirumuskan dalam tiga pertanyaan mencakup apa jenis genre dalam e-mail *sales letter* yang biasa ditemukan? bagaimana skema struktur *sales letter* yang digunakan pada e-mail? dan bagaimana strategi copywriting yang digunakan pada e-mail *sales letter*? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis genre teks tertentu, struktur skema dan strategi copywriting pada e-mail *sales letter*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dimana data diambil dari akun e-mail pribadi peneliti sendiri, *hunterlove_boy@yahoo.co.id* dan *sepp.idealiz@gmail.com*. Data dikumpulkan dan dianalisis menggunakan teori analisis genre. Genre teori dari Kankaanranta digunakan untuk menjawab pertanyaan pertama, teori struktur skematik dari Bhatia digunakan untuk menjawab pertanyaan kedua dan teori strategi copywriting Elmo Lewis digunakan untuk menjawab pertanyaan ketiga.

Mengacu pada tiga pertanyaan penelitian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga genre teks tertentu dari e-mail *sales letter*. Kemudian untuk struktur skema, ada tujuh langkah, dan strategi copywriting, peneliti menemukan empat teori.

Akhirnya, dari hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa mereka yang memiliki akun e-mail seharusnya berhati-hati, tidak mengambil tindakan langsung setelah menerima e-mail. Hal ini karena berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa kebanyakan e-mail yang berisi *sales letter* menggunakan skema dan strategi tertentu untuk membuat pembaca percaya terhadap isi e-mail tersebut untuk kemudian mengambil tindakan.

Kata Kunci; *genre, genre analysis, dialogue genre, postman genre, noticeboard genre, schematic structure, copywriting strategy, e-mail business sales letter.*