

Appendix 1 Lampiran Penelitian

RESEARCH SCHEDULE

No	Activity	2024			2025				
		Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	May	June	July
1	Research Proposal Writing								
2	Research Proposal Seminar Approval								
3	Research Proposal Seminar								
4	Data Collection								
5	Data Analysis								
6	Undergraduate Thesis Approval								
7	Thesis Examination								

A. Interview research

Nama Responden : Meniato Telaumbanua, S.S., M.Sc

Jabatan/Profesi : Sekretaris Dinas

Instansi : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Nias Utara

Tanggal Wawancara : 24 Februari 2025

P : Apakah Bapak terlibat dalam penyusunan brosur promosi pariwisata di Nias Utara? Jika ya, sejauh mana keterlibatan Bapak?

W : Iya, saya cukup terlibat, apalagi karena tugas saya juga berkaitan dengan koordinasi antarbidang, termasuk promosi. Biasanya saya ikut sejak tahap awal diskusi konsep, seperti tema yang ingin diangkat, segmentasi pasar yang dituju, sampai ke peninjauan akhir isi brosur. Saya bukan penulisnya langsung, tapi saya terlibat dalam memberikan arahan bagaimana konten itu sebaiknya dikemas, baik dari sisi bahasa maupun nuansa yang ingin disampaikan.

P : Apakah brosur pariwisata Nias Utara menggunakan kalimat persuasif?

W : Ya, brosur pariwisata Nias Utara menggunakan kalimat persuasif dalam mempromosikan wisata dan budaya di Nias Utara.

P : Menurut Bapak, seberapa penting penggunaan kalimat persuasif dalam brosur promosi pariwisata?

W : Kalau boleh saya bilang, itu elemen yang tidak bisa ditawar. Brosur bukan hanya media informasi, tapi juga alat untuk membujuk. Kita ingin membuat orang merasa penasaran, tergugah, dan ingin mengalami langsung apa yang mereka lihat di brosur. Di sinilah peran kalimat-kalimat persuasif menjadi sangat penting.

P : Berdasarkan pengalaman Bapak, jenis kalimat persuasif apa yang paling sering digunakan dalam brosur pariwisata?

W : Paling sering kami gunakan adalah kalimat ajakan yang to the point atau singkat tapi ngena di hati para pembaca. Contohnya kalimat “Let’s Travel North Nias” Kalimat seperti ini memadukan ajakan dan sentuhan emosional, agar pembaca merasa penasaran dan terhubung secara batin.

- P** : Dapatkah Bapak memberikan contoh kalimat persuasif yang digunakan dalam brosur?
- W** : Salah satu contoh kalimat persuasif yang pernah kami gunakan yaitu Hamparan pasir putih yang memanjakan mata. Kalimat seperti ini kami buat untuk memberi kesan bahwa alam di sini punya jiwa yang ingin menyambut dan bercerita.
- P** : Bagaimana strategi pemilihan kata dalam pembuatan brosur agar lebih menarik bagi wisatawan?
- W** : Strateginya itu sebetulnya sederhana, tapi harus teliti. Kami berusaha memilih kata-kata yang bukan hanya indah, tapi juga punya kekuatan membangkitkan imajinasi.
- P** : Apakah Bapak mengetahui bahwa dalam kalimat persuasif terdapat elemen-elemen linguistik seperti: Imperatives, Modifiers, Pronouns, Repetition, Assonance, Hyperbole, Metaphor, Personification, Synecdoche?
- W** : Iya, saya pernah mendengar istilah-istilah tersebut, terutama metafora dan personifikasi. Kami memang tidak menyebutnya secara teknis dalam proses pembuatan brosur, tapi secara praktik, elemen-elemen itu sebenarnya sering kami gunakan. Misalnya, ketika kami menulis bahwa laut menyambut wisatawan dengan senyuman, itu sebenarnya bentuk personifikasi. Tujuannya memang untuk membangun suasana emosional, bukan hanya memberikan informasi. Jadi meskipun kami tidak menyebut istilah linguistik secara terperinci, pendekatannya sudah ke arah sana
- P** : Jika elemen linguistik seperti metafora atau personifikasi terbukti efektif, apakah dinas mempertimbangkan memperdalam pemahaman terhadap teknik ini?
- W** : Pasti, dan kami terbuka untuk itu. Malah saya rasa ini adalah peluang untuk meningkatkan kualitas promosi kita. Selama ini kami banyak mengandalkan insting dan pengalaman lapangan, tapi kalau ada pendekatan linguistik yang bisa mendukung hasilnya jadi lebih tajam dan efektif, tentu sangat kami pertimbangkan. Ini bisa jadi bahan evaluasi dan pengembangan SDM ke depan.

- P** : Apakah ada elemen linguistik tertentu yang sering digunakan seperti Imperatives, Modifiers, Pronouns, Repetition, Assonance, Hyperbole, Metaphor, Personification, Synecdoche dalam pembuatan brosur di nias utara?
- W** : Iya tentunya. Tapi kalau saya boleh bicara dari sisi narasi, kami cukup sering menggunakan gaya yang secara halus mengarah ke personifikasi. Misalnya, pantai yang memanjakan mata, desiran angin dan lainnya. Kami ingin menggambarkan bahwa alam dan budaya di Nias Utara ini punya jiwa *yang bisa menyentuh hati pembaca*.
- P** : Sejauh mana pentingnya pemahaman terhadap elemen linguistik dalam membuat kalimat persuasif untuk promosi pariwisata?
- W** : Menurut saya sangat penting, karena elemen linguistik itu seperti jembatan antara informasi dan emosi. Kalau kita hanya menyampaikan fakta, brosur akan terasa datar. Tapi kalau kita tahu cara membungkus fakta itu dengan bahasa yang hidup dan menggugah, pesan akan lebih mudah diterima dan diingat. Saya kira pemahaman semacam ini sangat membantu tim promosi untuk menciptakan narasi yang lebih kuat.
- P** : Apakah tim di dinas mempertimbangkan unsur-unsur kebahasaan seperti gaya bahasa atau struktur kalimat dalam menyusun brosur?
- W** : Tentu, meskipun tidak selalu menggunakan istilah akademik, kami memang mempertimbangkan gaya bahasa. Dalam diskusi tim, kami sering bicara soal bagaimana kata-kata ini terasa atau tidak, terlalu teknis atau kurang menyentuh. Struktur kalimat dan pilihan kata sangat diperhatikan, karena itu sangat memengaruhi kesan yang dibawa pembaca. Kami memang belum punya pelatihan khusus soal ini, tapi pembahasan secara langsung tentang gaya bahasa selalu ada di dalam proses penyusunan konten.
- P** : Dalam proses penyusunan kalimat, apakah Dinas Pariwisata Nias Utara pernah mengalami kesulitan tertentu?
- W** : Tentu. Tantangannya adalah menyampaikan nilai budaya atau suasana emosional dalam kalimat singkat namun menggugah. Tidak mudah merangkai kata agar terasa hidup, apalagi dengan keterbatasan ruang.

- P** : Kesulitan apa yang paling sering muncul saat menyusun kalimat persuasif?
- W** : Menjaga keseimbangan antara informatif dan persuasif. Kalau terlalu informatif, jadi kaku. Kalau terlalu puitis, pembaca bisa bingung. Jadi kami harus cermat memilih gaya bahasa.
- P** : Apakah dinas memiliki tenaga ahli khusus untuk penyusunan kalimat brosur?
- W** : Belum ada penulis profesional khusus. Biasanya dikerjakan tim, melibatkan staf dan kepala bidang. Karena itu prosesnya cukup panjang dan melalui banyak revisi.
- P** : Apakah pernah ada kendala dalam menerjemahkan kekayaan budaya lokal ke dalam kalimat yang mudah dipahami wisatawan luar daerah atau mancanegara?
- W** : Iya. Banyak ungkapan lokal yang kaya makna tapi sulit diterjemahkan tanpa kehilangan ruhnya. Kami kadang pakai metafora yang bisa dimengerti secara universal.
- P** : Apakah ada kesulitan dalam menjaga konsistensi gaya bahasa di seluruh isi brosur?
- W** : Ada. Karena brosur dikerjakan oleh beberapa orang, kadang gayanya tidak seragam. Harus ada penyelarasan agar nuansanya konsisten. Terutama karna kami kesulitan dalam menyelaraskan semua elemen dari kalimat persuasive untuk membentuk sebuah kalimat yang dapat memberi kesan mendalam untuk pembaca.
- P** : Dalam proses revisi, apakah sulit mempertahankan pesan inti saat memperbaiki struktur kalimat?
- W** : Iya. Perubahan struktur bisa mengubah makna. Kami harus sangat teliti dan melibatkan banyak masukan agar makna awal tetap terjaga.
- P** : Apakah pernah ada kerja sama dengan ahli bahasa atau penulis kreatif untuk membantu penyusunan brosur?
- W** : Secara resmi belum, tapi kami pernah mendapat masukan dari akademisi lokal dan pemerhati budaya yang cukup memahami narasi. Ke depan, kami melihat bahwa kerja sama dengan penulis profesional atau ahli komunikasi bisa sangat membantu agar konten yang kami hasilkan lebih terarah dan

punya dampak yang lebih kuat. Ini masuk dalam rencana jangka panjang penguatan promosi berbasis kualitas narasi.

- P** : Jika saat ini belum familiar dengan istilah teknis elemen linguistik, apakah Bapak bersedia mengeksplorasi kemungkinan itu untuk pengembangan promosi ke depan?
- W** : Tentu. Dunia promosi sekarang makin kompetitif, dan salah satu kuncinya adalah kekuatan bahasa. Jadi saya sangat terbuka jika ada pelatihan atau kerja sama yang bisa memperkaya pemahaman kami soal bahasa persuasif secara teknis. Kami ingin brosur kami bukan hanya bagus secara visual, tapi juga kuat secara naratif dan emosional.

Nama Responden : Novri Cahyani Zebua, S.Par
Jabatan/Profesi : Analis Pariwisata
Instansi : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Nias Utara
Tanggal Wawancara : 17 Maret 2025

P : Apakah Ibu terlibat dalam proses pembuatan brosur promosi pariwisata di Nias Utara?

W : Iya, saya cukup terlibat dalam proses tersebut. Sebagai analis pariwisata, salah satu tanggung jawab saya adalah menyusun materi yang bisa menggambarkan potensi wisata daerah secara menarik dan tepat sasaran. Dalam penyusunan brosur, saya biasanya ikut memberikan masukan mengenai konten, baik dari sisi data pendukung maupun dari sudut pandang naratifnya. Saya tidak menulis langsung semua isi brosur, tetapi saya bekerja sama dengan tim kreatif untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan benar, menggugah, dan sesuai dengan karakter destinasi yang ingin kami tonjolkan.

P : Apakah dalam brosur tersebut digunakan kalimat-kalimat persuasif?

W : Tentu saja. Kalimat persuasif menjadi salah satu elemen penting dalam brosur pariwisata kami. Tujuan utama dari brosur bukan hanya memberikan informasi faktual, tapi juga membangkitkan minat dan emosi pembaca agar mereka tertarik untuk berkunjung. Kalimat yang bersifat membujuk atau mengajak secara halus sangat kami perlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

P : Menurut Ibu, bagaimana peran kalimat persuasif dalam promosi pariwisata?

W : Perannya sangat besar. Kalimat persuasif bisa menjadi pembeda antara konten yang hanya informatif dengan yang inspiratif. Dalam promosi pariwisata, kita ingin menciptakan imajinasi dan rasa penasaran. Misalnya, saat seseorang membaca brosur dan melihat kalimat seperti Let's Travel North Nias, itu bisa menimbulkan rasa ingin tahu dan dorongan emosional yang kuat. Jadi, penggunaan kalimat persuasif sangat menentukan apakah pesan kita bisa menyentuh hati pembaca atau tidak.

- P :** Apa bentuk kalimat persuasif yang menurut Ibu paling tepat digunakan dalam brosur pariwisata?
- W :** Saya dan tim cenderung memilih kalimat yang memiliki kekuatan emosional dan bersifat visual. Misalnya, kalimat-kalimat yang menggambarkan suasana atau pengalaman, bukan hanya menyebut tempat. Contohnya seperti pantai yang menyatu dengan alam. Kalimat seperti itu memberi gambaran suasana dan menciptakan hubungan batin antara pembaca dan destinasi.
- P :** Bisakah Ibu memberikan salah satu contoh kalimat persuasif yang pernah digunakan dalam brosur?
- W :** Salah satu contoh yang pernah kami gunakan dan mendapat respons cukup baik adalah: Rasakan ketenangan yang tak tergantikan di balik tebing-tebing sunyi Nias Utara. Kalimat ini kami pilih karena mengandung unsur emosional, menyentuh, dan memberikan citra yang khas terhadap keunikan Nias Utara sebagai destinasi wisata.
- P :** Bagaimana cara Ibu menentukan pilihan kata dalam brosur agar lebih menarik bagi wisatawan?
- W :** Saya biasanya memulai dengan membayangkan siapa pembaca kita. Apakah mereka wisatawan lokal, domestik dari luar Sumatera, atau bahkan mancanegara. Setelah itu, kami memilih kata-kata yang sederhana namun kuat maknanya. Kata-kata seperti memanjakan, menggoda, atau mengundang sering saya gunakan karena memberi efek kedekatan emosional. Selain itu, saya juga menghindari istilah yang terlalu teknis agar brosur tetap mudah dipahami oleh semua kalangan.
- P :** Apakah Ibu mengenal istilah seperti Imperatives, Hyperbole, Personification, dan elemen linguistik lainnya dalam kalimat persuasif?
- W :** Secara formal mungkin tidak semua istilah saya kuasai, tapi dalam praktik kami cukup sering menggunakannya. Misalnya, saya menyukai penggunaan personifikasi, karena bisa membuat alam seolah hidup dan menyapa pembaca. Seperti saat kami menulis Lautan di Nias Utara menyambutmu dengan bisikan lembut angin senja. Itu secara tidak langsung adalah

personifikasi. Jadi walaupun saya tidak selalu menyebut istilah teknisnya, saya memahami efeknya dalam membentuk narasi yang lebih menarik.

P : Apakah Ibu mendukung ide untuk memperdalam pemahaman tim terhadap teknik linguistik dalam promosi?

W : Sangat mendukung. Saya rasa sudah waktunya kita meningkatkan kualitas narasi melalui pendekatan yang lebih ilmiah dan teknis. Selama ini banyak yang kami buat berdasarkan pengalaman lapangan, tapi kalau kita bisa menggabungkannya dengan teori bahasa yang tepat, hasilnya pasti akan lebih maksimal. Ini bisa menjadi bagian dari pelatihan internal atau kolaborasi dengan akademisi.

P : Elemen linguistik apa yang paling sering Ibu gunakan dalam brosur?

W : Yang paling sering kami gunakan adalah personifikasi. Karena hal ini paling mudah menyampaikan emosi tanpa harus menggunakan banyak kata. Kadang saya juga menggunakan repetisi atau pengulangan untuk menegaskan suatu pesan. Misalnya, datang, lihat, rasakan. Itu bentuk ajakan yang mengarahkan pembaca untuk tidak hanya membaca, tetapi membayangkan dan akhirnya tertarik.

P : Apa tantangan yang paling sering Ibu hadapi dalam membuat kalimat persuasif?

W : Tantangan utamanya adalah membuat kalimat yang singkat, jelas, namun tetap memiliki daya tarik emosional. Kalimat brosur tidak bisa terlalu panjang, tapi juga tidak boleh kaku. Kita harus bisa menciptakan kesan dalam hanya dengan satu atau dua baris. Itu memerlukan kepekaan bahasa dan latihan yang tidak sebentar.

P : Apakah dinas sudah memiliki tenaga profesional khusus untuk membuat konten brosur?

W : Untuk saat ini, belum. Semua masih dilakukan oleh tim internal. Saya dan beberapa rekan biasanya bekerja sama, saling memberi masukan. Karena itu, proses pembuatan konten cukup panjang dan sering kali memerlukan revisi berulang untuk mendapatkan hasil terbaik.

P : Apakah pernah ada kendala dalam menerjemahkan kekayaan budaya lokal ke dalam bahasa yang dipahami oleh wisatawan luar?

W : Iya, cukup sering. Beberapa istilah atau ungkapan lokal itu sangat kaya makna, tapi kalau diterjemahkan secara langsung, terasa hambar atau bahkan bisa salah tafsir. Di sini kami harus cermat memilih padanan kata yang tidak hanya pas secara arti, tapi juga mampu menyampaikan nuansa yang dimaksud.

P : Apakah sulit menjaga konsistensi gaya bahasa di seluruh isi brosur?

W : Itu juga menjadi tantangan, terutama karena brosur biasanya dikerjakan oleh lebih dari satu orang. Gaya bahasa tiap orang tentu berbeda. Karena itu, kami selalu melakukan penyelarasan akhir agar tone dan gaya narasi tetap seragam dari awal sampai akhir.

P : Apakah revisi kalimat bisa memengaruhi pesan inti?

W : Sangat bisa. Bahkan perubahan satu kata saja bisa membuat makna bergeser. Oleh karena itu, setiap kali kami melakukan revisi, kami selalu diskusi dulu untuk memastikan pesan inti tetap terjaga. Kami juga sering meminta pendapat dari beberapa orang sebelum naskah final disetujui.

P : Apakah Ibu terbuka untuk kolaborasi dengan penulis kreatif atau ahli bahasa untuk meningkatkan kualitas brosur?

W : Sangat terbuka. Saya bahkan berharap ke depan ada pelatihan khusus atau kerja sama dengan kampus, misalnya. Dengan bantuan penulis profesional atau ahli komunikasi, saya yakin kualitas promosi kita akan meningkat secara signifikan. Karena dalam dunia pariwisata modern, kekuatan narasi adalah aset yang tidak bisa diabaikan.

B. Interview Result of Respondent 1&2

Category	Interview Questions	Respondent 1	Respondent 2	Result
Involvement and Role in Brochure Development	What are you involved in the preparation of promotional brochures for tourism in North Nias? If so, to what extent are you involved?	Yes, I am quite involved, especially since my job also involves interdepartmental coordination, including promotion. I usually participate from the early stages of concept discussions, such as the theme to be raised, the target market segmentation, to the final review of the brochure content. I am not the actual writer, but I am involved in providing guidance on how the content should be packaged, both in terms of language and the nuances to be	As a tourism analyst, one of my responsibilities is to compile material that can describe the tourism potential of a region in an interesting and targeted manner. When compiling brochures, I usually provide input on the content, both in terms of supporting data and from a narrative perspective. I do not write the entire brochure myself, but I collaborate with the creative team to ensure that the information presented is accurate, engaging, and aligned with the character of the	Respondents stated that they were quite involved in the process of preparing tourism promotional brochures, especially in terms of coordination, providing content direction, and final review. Although they did not write the content of the brochures themselves, they played

		conveyed.	destination we aim to highlight.	an important role in ensuring that the information presented was accurate, interesting, and in line with the character of the destination, by providing input on the concept, language, narrative, and supporting data.
Use of Persuasive Sentences	Does the North Nias Island tourism brochure use persuasive language?	Yes, the North Nias tourism brochure uses persuasive language to promote tourism and culture in North Nias.	Of course, persuasive sentences are one of the key elements in our tourism brochures. The main purpose of the brochure is not only to provide factual information, but also to arouse the	The North Nias tourism brochure uses persuasive language as an important element to not only

			interest and emotions of readers so that they are interested in visiting. Yes, the North Nias tourism brochure uses persuasive sentences to promote tourism and culture in North Nias.	conveys information , but also to arouse the interest and emotions of readers so that they are interested in visiting.
	In your opinion, how important is the use of persuasive sentences in tourism promotion brochures?	If I may say so, that is a non-negotiable element. Brochures are not only a medium of information, but also a tool for persuasion. We want to make people curious, excited, and eager to experience firsthand what they see in the brochure. This is where persuasive sentences play a very important role. In your opinion, how important is the use of persuasive sentences in	Its role is very significant; persuasive sentences can differentiate between content that is merely informative and content that is inspiring. In tourism promotion, we want to spark the imagination and curiosity. For example, when someone reads a brochure and sees a sentence like “Let's Travel North Nias,” it can arouse curiosity.	The use of persuasive sentences in tourism brochures is very important and cannot be ignored. Persuasive sentences serve to persuade, arouse curiosity, spark the imagination , and stir the emotions of readers, encouraging them to

		tourism promotion brochures?		experience the tourism offerings firsthand.
	Based on your experience, what type of persuasive sentences are most often used in tourism brochures?	We most often use invitations that are to the point or short but resonate with readers. An example is the phrase “Let's Travel North Nias.” Phrases like this combine an invitation with an emotional touch, so that readers feel curious and connected on an emotional level.	My team and I tend to choose sentences that have emotional power and are visual in nature. For example, sentences that describe an atmosphere or experience, rather than just mentioning a place. An example would be a beach that blends in with nature. Sentences like this paint a picture of the atmosphere and create an emotional connection between the reader and the destination.	The most frequently used sentences in North Nias tourism brochures are short but emotionally appealing invitations. They choose sentences that not only invite readers but also build an emotional connection with them through the visualization of atmosphere and experiences , rather than

				simply mentioning place names. These sentences are designed to arouse readers' curiosity and imagination about the destination.
	Can you give an example of a persuasive sentence used in a brochure?	One example of a persuasive sentence we have used is “White sand that pleases the eye.” We created this sentence to give the impression that nature here has a soul that wants to welcome and tell stories. Can you give an example of a persuasive sentence used in a brochure?	One example we have used that received a fairly good response is: “Feel the irreplaceable tranquility behind the quiet cliffs of North Nias.” We chose this sentence because it contains emotional and touching elements and provides a distinctive image of the uniqueness of North Nias as a tourist destination.	The persuasive sentences used in North Nias are emotional and describe the beauty of nature in depth, such as “White sand that pleases the eye” and “Feel the irreplaceable tranquility

				behind the quiet cliffs of North Nias.”
Word and Language Selection Strategy	What is the strategy for choosing words in brochure creation to make it more appealing to tourists?	The strategy is actually simple, but it requires careful consideration. We try to choose words that are not only beautiful, but also have the power to spark the imagination. What is the strategy for choosing words in brochure creation to make them more appealing to tourists?	I usually start by imagining who our readers are. Are they local tourists, domestic tourists from outside Sumatra, or even foreign tourists? After that, we choose words that are simple but powerful in meaning. I often use words such as pamper, tempt, or invite because they create an emotional connection. In addition, I also avoid overly technical terms so that the brochure remains easy to understand for all audiences.	The strategy for writing persuasive sentences in tourism brochures is simple but careful. They consider the reader profile first, then choose words that are beautiful, powerful in meaning, and capable of sparking the imagination and emotional connection, such as “pampering” or

				“inviting.” Technical terms are avoided so that the language in the brochure remains easy to understand for all audiences.
Understanding Linguistic Elements	Did you know that persuasive sentences contain linguistic elements such as imperatives, modifiers, pronouns, repetition, assonance, hyperbole, metaphor, personification, and synecdoche?	Yes, I have heard those terms, especially metaphor and personification. We don't use them technically in the brochure creation process, but in practice, we often use those elements. For example, when we write that the sea welcomes tourists with a smile that is actually a form of personification. The goal is indeed to create an emotional atmosphere, not just provide	Formally, I may not be familiar with all the terms, but in practice we use them quite often. For example, I like the use of personification because it can make nature seem alive and speak to the reader. Like when we wrote, “The sea in North Nias welcomes you with the soft whisper of the evening breeze.” That is indirectly personification. So even though I don't always use the	Respondents acknowledged that although they did not technically use terms such as metaphor and personification when creating brochures, these elements were often used in practice. Even though they

		information. So even though we don't use linguistic terms in detail, the approach is already heading in that direction.	technical terms, I understand their effect in creating a more engaging narrative.	did not formally master linguistic terms, respondents understood and utilized these stylistic effects to create more interesting narratives.
	If linguistic elements such as metaphors or personification prove effective, will the agency consider deepening its understanding of these techniques?	Definitely, and we are open to it. In fact, I think this is an opportunity to improve the quality of our promotions. So far, we have relied heavily on instinct and field experience, but if there is a linguistic approach that can support sharper and more effective results, we will certainly consider it. This could be material for future evaluation and human resource development.	I strongly agree. I think it's time we improved the quality of our narratives through a more scientific and technical approach. So far, we have relied heavily on field experience, but if we can combine that with the right linguistic theory, the results will surely be more optimal. This could be part of internal training or collaboration with academics.	Respondents were very open and supportive of the use of a linguistic approach in the preparation of tourism brochures. They saw it as an opportunity to improve the quality of promotion, which had previously

				been based more on instinct and field experience. A scientific and technical approach was considered to strengthen the effectiveness of the narrative, as well as providing material for evaluation and human resource development through training or collaboration with academics.
--	--	--	--	--

	Are there any specific linguistic elements that are frequently used, such as imperatives, modifiers, pronouns, repetition, assonance, hyperbole, metaphor, personification, and synecdoche, in the creation of brochures in North Nias?	Of course. But if I may speak from a narrative perspective, we often use a style that subtly leans toward personification. For example, beaches that are pleasing to the eye, the rustling of the wind, and so on. We want to convey that the land and culture of North Nias have a soul that can touch the hearts of readers.	We most often use personification, as it is the easiest way to convey emotion without using many words. Sometimes I also use repetition to emphasize a message. For example, come, see, and feel. This is a form of invitation that directs readers to not only read, but also imagine and ultimately become interested.	In tourism brochures, they often use stylistic devices such as personification to describe the nature and culture of North Nias as if it had a soul that touches the emotions of readers. Personification is chosen because it effectively conveys feelings in a concise yet powerful way. In addition, they also use repetition, such as “come, see, feel,” to
--	--	---	---	--

				reinforce the message and build an invitation that stimulates the imagination and interest of readers.
	How important is it to understand linguistic elements when crafting persuasive sentences for tourism promotion?	I think it's very important, because linguistic elements are like a bridge between information and emotion. If we only convey facts, the brochure will feel flat. But if we know how to wrap those facts in lively and evocative language, the message will be easier to accept and remember. I think this kind of understanding is very helpful for the promotion team in creating a stronger narrative.	Based on our experience, understanding linguistic elements is very important in creating persuasive sentences for tourism promotion, because persuasive sentences not only convey information, but also persuade readers to be interested in visiting a place.	Understanding linguistic elements is very important in creating persuasive sentences for tourism promotion. Linguistic elements serve as a bridge between information and emotion, enabling facts to be conveyed in lively

				and evocative language. As a result, the message in the brochure becomes easier to accept, remember, and effective in persuading readers to visit the tourist destination.
Language Considerations in Team	Does the team at the agency consider linguistic elements such as style or sentence structure when compiling brochures?	Of course, even though we don't always use academic terms, we do consider style. In team discussions, we often talk about how these words feel, whether they are too technical or not engaging enough. Sentence structure and word choice are very important, because	Yes, teams in government agencies usually consider linguistic elements such as style and sentence structure when compiling brochures. This is important so that the information conveyed can attract readers' attention, be easy to understand, and effectively convey	Their team actively considers linguistic elements such as style and sentence structure when designing brochures. This is done to ensure that the

		they greatly affect the impression readers get.	the promotional message. The language style used is typically tailored to the brochure's purpose and target audience, such as using persuasive and engaging language to attract tourists. Sentence structure is also designed to be concise, clear, and flow smoothly, ensuring that the message being conveyed does not confuse the reader.	information conveyed is interesting, easy to understand, and effective in delivering the promotional message. The style is tailored to the purpose and target audience of the brochure, while the sentence structure is designed to be concise, clear, and flow well to create a strong impression on the reader.
Challenges and Difficulties in Compilation	In the process of compiling sentences, has the	Of course, the challenge is to convey cultural values or emotional atmosphere in short	Yes, in the process of sentence construction, we at the North Nias Tourism Office	The main challenge in creating brochures is crafting

n	North Nias Tourism Office ever encountered any particular difficulties?	but evocative sentences. It is not easy to string words together to make them feel alive, especially with limited space.	have encountered several difficulties, particularly in translating the uniqueness of culture and natural beauty into concise yet engaging and persuasive sentences. We also faced challenges in using English, as not all staff members have a strong language background. Additionally, there were difficulties in crafting sentences that align with the target audience of international tourists, ensuring the information is not only clear but also captivating.	concise yet compelling sentences that effectively convey cultural values and emotions. Difficulties also arise in using English, particularly in crafting sentences that are both appealing and suitable for international tourists, given the limited language backgrounds among staff members.
	What are the most common difficulties encountered	Maintaining a balance between informative and persuasive. If it is too informative, it	The most common difficulty when composing persuasive sentences is the	The main challenge in crafting persuasive sentences is

	d when composing persuasive sentences?	becomes rigid. If it is too political, readers may become confused. Therefore, we must carefully choose the style of language.	difficulty in adapting the language to the cultural and linguistic background of potential tourists, especially when composing the English version.	maintaining a balance between informative and persuasive elements, as well as adapting the language to the cultural background of potential tourists, especially in the English version. This requires careful consideration in choosing the language style to avoid being too rigid or confusing.
	Have you ever encountered	Yes, because there are many local expressions that are rich in meaning but	Quite often, because some local terms or expressions are	Respondents revealed that they often

	difficulties in translating local cultural wealth into sentences that are easily understood by tourists from other regions or foreign countries?	difficult to translate without losing their spirit. We sometimes use metaphors that can be understood generally. Have you ever encountered obstacles in translating the richness of local culture into sentences that are easily understood by tourists from outside the region or foreign countries?	very rich in meaning, but when translated directly, they feel bland or can even be misinterpreted. Here, we must carefully choose words that not only fit the meaning, but also convey the intended nuance.	encounter difficulties in translating local expressions that are rich in meaning, because direct translations often lose nuance or risk being misinterpreted. For this reason, they use metaphors or more common equivalents that are still able to convey the intended meaning and feeling.
	Is it difficult to maintain consistency in the style of language throughout	Of course there is, because the brochure was created by several people, so sometimes the style is not consistent.	Yes, maintaining consistency in language style throughout the brochure is one of the challenges we face. This is	Respondents stated that maintaining consistency in language style within the

	the brochure?	There needs to be coordination to ensure consistency in tone. This is especially true because we had difficulty coordinating all the elements of persuasive sentences to form a sentence that would leave a deep impression on readers.	particularly the case because the content creation process often involves multiple people with different writing backgrounds. As a result, the language style between sections can become inconsistent.	brochure is a challenge, especially since the content is compiled by multiple individuals with diverse writing backgrounds. This often leads to stylistic differences and difficulties in unifying persuasive sentence elements to create a cohesive and consistent impact.
	During the revision process, is it difficult to maintain the core message while	Yes, it is quite difficult because changes in structure can alter meaning. We have to be very careful and involve a lot of input to ensure that the	In the revision process, maintaining the core message is often a challenge, especially when we try to improve the sentence structure	Revising sentences is challenging because changes in structure can alter meaning.

	improving the sentence structure?	original meaning is preserved.	to make it more concise or interesting. Sometimes, in an effort to create sentences that are easier to read or more in line with the promotional style, parts of the main message can inadvertently become less clear or even change in meaning.	Therefore, the revision process is conducted with great care and involves extensive input to ensure that the core message remains intact even as sentences are restructured to be more concise and engaging.
Resources and Expertise	Does the agency have experts specializing in brochure writing?	There are no dedicated professional writers. It is usually done by a team, involving staff and department heads. Therefore, the process is quite long and involves many revisions. Does the agency have experts dedicated to writing	Not at the moment. Everything is still done by the internal team. My colleagues and I usually work together, giving each other feedback. As a result, the content creation process is quite long and often requires multiple revisions to achieve	Respondents explained that, to date, there are no professional writers specifically assigned to handle brochures. Content creation is still carried

		brochure copy?	the best results. There are no dedicated professional writers. The work is usually done by a team, involving staff and department heads. As a result, the process is quite long and involves many revisions. Does the agency have experts dedicated to writing brochure copy	out by an internal team consisting of staff and department heads, resulting in a lengthy process involving numerous revisions to achieve optimal results.
Cooperation and Development	Have you ever collaborated with linguists or creative writers to help compile brochures?	Not officially, but we have received input from local academics and cultural observers who have a good understanding of the narrative. In the future, we believe that collaborating with professional writers or communication experts could be very helpful in ensuring that the content we produce is more focused and	So far, we have not specifically collaborated with language experts or creative writers in the preparation of tourism promotion brochures. Typically, brochure content is prepared internally by our team, who has a basic understanding of tourist destinations and promotion. However, we strive to use language that	There has been no official collaboration with language experts or professional writers in the preparation of brochures. The content is still prepared internally, although

		has a stronger impact. This is part of our long-term plan to strengthen promotion based on the quality of the narrative.	is engaging and easily understood by the general public, effectively attracting the interest of tourists.	we have received input from academics and cultural observers. In the future, they see great potential in collaborating with communication experts to strengthen the quality of the narrative as part of the long-term plan for tourism promotion.
	If you are not yet familiar with the technical term linguistic elements, would you be willing to explore	Of course, because the world of promotion is now increasingly competitive, and one of the keys is the power of language. So I am very open to any training or cooperation that	We are very open to exploring new things that can support the effectiveness of tourism promotion, including linguistic elements. Although we are not yet very familiar with technical terms in	Respondents are very open to training or collaboration with linguistic experts to enhance the effectiveness of

	that possibility for future promotional development?	can enrich our understanding of persuasive language from a technical standpoint. We want our brochures to not only be visually appealing, but also strong in terms of narrative and emotion.	linguistics, we recognize that word choice, language style, and sentence structure play a crucial role in capturing the attention of potential tourists. If there is an opportunity to collaborate with linguistic experts or receive training in this field, we would seriously consider it to enhance the quality of our promotional materials moving forward.	tourism promotion. They recognize the importance of the power of language in creating brochures that are not only visually appealing but also strong in narrative and emotional impact, even though they are not yet fully familiar with technical linguistic terms.
--	--	--	--	--

C. Document Analysis



Pantai Turedawola

Berlokasi di Desa Afulu, Kecamatan Afulu. Pantai ini memiliki ombak yang tinggi dan dapat dijadikan lokasi untuk *surfing*. Di sekitar pantai terdapat penginapan atau *homestay*.



Mangrove Teluk Siabang

Berlokasi di Desa Sisarahili, Kecamatan Sawo. Wisata yang memiliki hamparan mangrove seluas lebih kurang 10 Ha ini merupakan wisata mangrove pertama yang ada di Kepulauan Nias dan lebih Khusus di Nias utara.



Pantai Sawakete

Berlokasi di Desa Afulu, Kecamatan Afulu. Merupakan Wisata pinggir pantai yang menyatu dengan alam, air laut yang biru, dan bebatuan karang yang cantik. Air lautnya yang jernih membuat wisatawan nyaman untuk berenang.



How To Get There

Untuk menuju destinasi wisata di daerah Kabupaten Nias Utara, wisatawan dapat melalui beberapa akses diantaranya yaitu; akses udara dengan pesawat melalui Bandara Binaka (Kota Gunungsitoli) dan dilanjutkan dengan akses darat menggunakan kendaraan bermotor. Akses lainnya juga dapat melalui laut, dengan berlabuh di Pelabuhan Lahewa, akses ini dapat dilalui dengan kapal kecil saja.

FOR MORE INFORMATION

DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN NIAS UTARA

Jalan Kartini Desa Hilidundra - Lotu

Head of Division - Tourism Marketing
082160323780

Head of Division - Tourism Development
081314586112

disparbudniasut@gmail.com



PESONA NIAS UTARA

Let's Travel North Nias

[disparbudniasutara](#)
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kabupaten Nias Utara

[disparbudniasut](#)
DISPARBUD Nias Utara



Pantai Pasir Putih

Berlokasi di Desa Lauru Fadaro, Kecamatan Afulu. Hamparan pasir putih sepanjang pantai memanjakan mata. Pantai ini sangat cocok untuk berrekreasi bersama dengan keluarga.



Gua Nisui'aro

Berlokasi di Desa Fulolo, Kecamatan Alasa. Merupakan salah satu gua terbesar di Nias Utara. Gua ini seperti terowongan dengan dua pintu masuk berjarak sekitar 70 meter. Ruang utama setinggi 8 meter dan penuh dengan stalaktit yang besar.



Pantai Lafau Indah

Berlokasi di Desa Siheneasi, Kecamatan Lahewa. Garis Pantai yang panjang, dapat dimanfaatkan wisatawan untuk berjalan-jalan atau mengambil gambar selfie atau *awfie*. Dari kejauhan wisatawan juga dapat menikmati pemandangan pulau-pulau kecil yang saling berjejeran.



Pantai Tureloto

Berlokasi di Desa Baefadorutuo, Kecamatan Lahewa. Kehadiran gugusan batu karang yang mengelilingi sepanjang garis pantai menyebabkan air laut di Pantai Tureloto sangat tenang. Unikny, Pantai Tureloto memiliki kadar garam yang cukup tinggi sehingga memberikan sensasi mengapung layaknya di Laut Mati.



Rumah Adat Tradisional

Berlokasi di Desa Humene Siheneasi, Kecamatan Tugala Oyo. Bangunan rumah adat tradisional yang berjejer rapi dan masih berdiri kokoh serta kearifan lokal yang masih terjaga.



Air Terjun Luahandroi

Berlokasi di Desa Fulolo, Kecamatan Alasa. Merupakan air terjun terbesar yang dimiliki oleh Nias Utara. Curah airnya yang sejuk membuat wisatawan betah untuk berenang. Air terjun ini terdiri dari dua ketinggian yaitu 4 meter dan 6 meter.



Pantai Pasir Merah

Berlokasi di Desa Ombolata Afulu, Kecamatan Afulu. Pantai ini terkenal dengan warna pasirnya yang berwarna merah. Saat senja tiba, adalah waktu yang sangat cocok untuk mengabadikan momen untuk berfoto.



Danau Megoto

Berlokasi di Desa Onanamolo Tumula, Kecamatan Alasa. Danau seluas 250,000 m2 ini merupakan tempat yang cocok bagi wisatawan yang menginginkan suasana alam yang realistis. Desiran angin, rindangnya pepohonan, dan aliran air yang tenang sesaat dapat menyejukkan hati dan pikiran.



Pantai Asi Walo

Berlokasi di Desa Teluk Bengkuang, Kecamatan Sawo. Terkenal dengan air lautnya yang biru dan jernih, sangat nyaman untuk berenang, snorkeling dan diving. Dasar lautnya yang kaya akan terumbu karang warna-warni, bintang laut, rumput laut bahkan lobster.

Researcher used this brochure to analyse the content of the sentences within it. This brochure was published by the North Nias Tourism and Culture Office in 2024.

Table Analysis Document

Color Description	Linguistic Element	Personification
Red	Red	Red
Orange	Orange	Orange
Yellow	Yellow	Yellow
Green	Green	Green
Blue	Blue	Blue
Purple	Purple	Purple
Pink	Pink	Pink
Grey	Grey	Grey
Black	Black	Black
White	White	White

■ Hyperbola

■ Repetition

■ Imperative

[illegible]

Table of results of the analysis of the types and linguistic elements of persuasive sentences

PERSUASIVE SENTENCES													
Total Sentences	Types of Persuasive Sentence				Element Linguistic of Persuasive Sentence								
40	Ethos	Pathos	Logos	CTA	Imperative	Modifiers	Pronouns	Repetition	Assonance	Hyperbole	Metaphor	Personification	Synecdoche

	—	11	28	1	1	-	-	2	-	1	-	3	-
--	---	----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Appendix 2 Dokumentasi Foto Penelitian



Documentation 1. With tourism agency staff representing the head of the tourism agency as proof of permission to conduct research at the North Nias Tourism and Culture Agency on February 18,



Documentation 2. After interviewing the first respondent, Mr. Meniato Telaumbanua, S.S., M.Sc, as the secretary of the tourism office, and accompanied by Mrs. Meilita Zebua, S.E, as the head of marketing, on February 24, 2025.



Documentation 3. Conducted an interview with the second respondent, Mrs. Novri Cahyani Zebua, S.Par, a tourism analyst, on March 17, 2025.

Appendix 3 Pengajuan Judul Penelitian

24 Oktober 2024

Hal : Pengajuan Judul Rancangan Penelitian

Kepada Yth :
Bapak ADIELI LAOLI S.Pd M.Pd.
(Dosen Penasihat Akademik)

Dengan hormat,

1. Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **DELAN SEPTIANI HULU**

NIM : 212108021

Jumlah SKS yang telah diselesaikan : 140 SKS

Dengan ini mengajukan Judul Rancangan Penelitian dan memohon kepada Bapak kiranya dapat berkenan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan di bawah ini:

No.	Judul	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1	THE ROLE OF PERSUASIVE SENTENCES IN COPYWRITING FOR NORTH NIAS TOURISM BRANDING.		
2	AN ANALYSIS OF PERSUASIVE SENTENCE IN PROMOTING NORTH NIAS CULTURAL TOURISM: A CASE STUDY OF THE NORTH NIAS TOURISM OFFICE.		
3	AN ANALYSIS OF PERSUASIVE SENTENCE USING IN TOURISM PROMOTION BROCHURE AND POSTER OF NORTH NIAS: AT NORTH NIAS TOURISM OFFICE.	24/11/2024	f

2. Demikian permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Ibu dapat mempertimbangkannya.

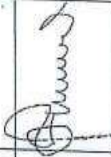
Hormat saya:
Pemohon,


DELAN SEPTIANI HULU
NIM. 212108021



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN (FKIP)
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
Alamat: Jalan Yos Sudarso No. 118/E-S, Gunungsitoli, Telepon (0639) 21616, Nias 22812
Homepage: <https://fkip.unias.ac.id> email: fkip@unias.ac.id

Lembar Saran dan Perbaikan Judul Proposal

No	Judul	Saran-saran	Perbaikan	Tanda Tangan	
				KAPRODI	DOSEN PA
1	THE ROLE OF PERSUASIVE SENTENCES IN COPYWRITING FOR NORTH NIAS TOURISM BRANDING.				
2	AN ANALYSIS OF PERSUASIVE SENTENCE IN PROMOTING NORTH NIAS CULTURAL TOURISM: A CASE STUDY OF THE NORTH NIAS TOURISM OFFICE.				
3	AN ANALYSIS OF PERSUASIVE SENTENCE USING IN TOURISM PROMOTION BROCHURE AND POSTER OF NORTH NIAS: AT NORTH NIAS TOURISM OFFICE.				

Demikian permohonan ini saya ajukan dan atas perhatian saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,
Pemohon,



DELAN SEPTIANI HULU
NIM. 212108021

Tembusan:

1. Yth. Kaprodi
2. Yth. Dosen PA

Appendix 4 Abstrak Pengajuan Judul

OUTLINE PENELITIAN SKRIPSI

Name : Delan Septiani Hulu
Reg. Number : 202108056
Thema : Local Tourism
Study Program : English Education Study Program
Faculty : Faculty of Teacher Training and Education

Judul	An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure in North Nias.
Fenomena	North Nias, with all its natural and cultural potential, is striving to establish itself as a leading tourist destination. However, amid the increasingly fierce competition in the tourism industry, the selection of effective and persuasive sentences in promotional brochures is crucial. The phenomenon that should occur in tourism promotion is the use of persuasive language to capture the attention of tourists and spark their interest in visiting the destination. In the context of promotional brochures in North Nias, persuasive sentences should be designed to highlight the uniqueness of the culture, the beauty of nature, and the warmth of the local community, using language that piques curiosity and provides a clear picture of the experiences tourists can expect. Ideally, the brochure would use sentences that invite readers to directly experience the local atmosphere and connect with the natural beauty that is rarely found elsewhere. However, in reality, tourism promotional brochures in North Nias often fail to fully leverage the potential of persuasive language. Many brochures tend to use generic, uninspiring sentences that lack depth, fail to showcase the richness of local culture, and do not offer specific or compelling information. Additionally, the brochure's graphic design is often too text-heavy, with a lack

	of visual elements that highlight the natural beauty of North Nias, making it less effective in capturing the attention of a broader audience. As a result, while the information in the brochure provides some insight into the tourist destinations in North Nias, the presentation is suboptimal and does not align with the principles of creating persuasive and attractive brochures. This leads to many potential tourists not feeling a sense of urgency or immediate attraction to visit the area, despite the significant tourism potential it holds.
Lokus	Kantor Pariwisata dan Kebudayaan Nias Utara
Alamat	99P5+Q8P, Hilidundra, Kec. Lotu, Kabupaten Nias Utara, Sumatera Utara 22851.
Latar belakang	Tourism promotion plays a vital role in the development of this sector, particularly in North Nias, where effective promotion is crucial to attracting tourists. Although tourism brochures are used as a promotional tool, not all brochures are able to convey the message optimally. However, some brochures still fail to fully utilize persuasive elements, such as attractive visual design, emotional language, and clear information about the advantages of tourist destinations, making them less effective in attracting tourists. Persuasive sentences in tourism brochures an important role in influencing tourists' decisions. Cialdini (2021) identified six principles of persuasion commonly used in persuasive sentences, namely: Reciprocity, Commitment and Consistency, Social Proof, Authority, Liking, and Scarcity. The use of persuasive sentences in brochures can influence tourists' perceptions and decisions to visit North Nias. Based on initial observations and interviews with the Head of the Marketing Department at the Tourism and Culture Office of North Nias, it was found that there is an urgent need

to enhance the effectiveness of tourism promotion to attract more tourists. Currently, although tourism brochures are used as one of the main promotional tools, many brochures are still not optimal in conveying their messages. This includes the visual design, the use of emotionally engaging language, and clear information about the advantages of the tourist destinations. In other words, the existing brochures have not been effective enough in enticing tourists to visit North Nias.

This needs analysis highlights the importance of analyzing the persuasive sentences used in North Nias tourism brochures. Therefore, strengthening promotional strategies through the use of effective persuasive sentences in tourism brochures is crucial to increasing the appeal and attracting more tourists to the tourist destinations in North Nias. Previous studies, such as those conducted by Losi et al. (2022), have examined the use of persuasive sentences in a broader context, but none have specifically analyzed tourism brochures in North Nias. Furthermore, those studies tended to focus more on the aesthetic or visual aspects of the brochures, while this research will delve deeper into the use of language and effective communication strategies. This highlights the lack of understanding of how persuasive sentences can be optimized in the context of local tourism, particularly in a specific area like North Nias.

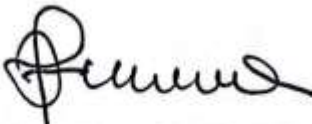
The novelty of this research lies in its more in-depth and focused approach to analyzing persuasive sentences in the context of tourism promotion in North Nias, an area that has not received much attention in similar studies. This research does not only identify the use of persuasive sentences but also evaluates the extent to which these sentences are effective in influencing tourists' perceptions and interest in visiting North Nias destinations. This research also contributes new insights

	by focusing on tourism brochures in North Nias, a region that has been relatively underexplored in tourism literature. Therefore, this research not only enriches academic studies on tourism promotion but also offers practical insights for the Tourism and Culture Office of North Nias to improve the quality of promotional materials that are more engaging and persuasive. Regarding on the explanation above, the researcher conducted a study entitled: "An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure in North Nias"
Perumusan Masalah	1. What are the types of persuasive sentences used in tourism promotion brochures in North Nias? 2. How are persuasive sentences structured to influence potential tourists?
Tujuan Penelitian	This research aims to analyze and identify the types of persuasive sentences used in tourism promotion brochures in North Nias in attracting tourists and influencing their decision to visit tourist destinations in the region.
Metode Penelitian	This research uses a qualitative approach with descriptive analytical research type to analyze persuasive sentences used in tourism promotion brochures in North Nias. The qualitative approach was chosen with the aim of gaining an in-depth understanding of how persuasive sentences are structured to attract and influence audiences in the context of tourism promotion. This analysis will identify the types of persuasive sentences, as well as the rhetorical strategies used to persuade readers to be interested in visiting North Nias. Persuasive communication theory regarding the principles of influence, as well as Aristotle's rhetorical theory that includes ethos, pathos, and logos, will be used as a theoretical framework to examine persuasive elements in promotional

	texts. In addition, pragmatic language theory will also be used to analyze how social and cultural contexts influence the messages conveyed in the brochure (Smith & Zhang, 2023). Through this approach, this research is expected to provide insight into the effectiveness of using persuasive sentences in promoting tourist destinations in North Nias as part of efforts to develop tourism based on more effective communication.
Daftar Pustaka	Smith, J. (2021). <i>Effective Brochure Design: Principles and Best Practices</i>. Journal of Marketing Communications, 35(2), 56-65. Cialdini, R. B. (2021). <i>Influence: The Psychology of Persuasion</i>. Harper Business. Rizky Vita Losi, S. R. (2022). PERSUASIVE LANGUAGE USED ON ADVERTISEMENTS OF INSTAGRAM. <i>Titian: Jurnal Ilmu Humaniora</i>, 6(1). Smith, J., & Zhang, L. (2023). <i>Pragmatic language theory in tourism communication</i>. <i>Journal of Tourism and Communication Studies</i>, 15(3), 245-267. HAMZAH, D. A. (2021). <i>DR AMIR HAMZAH</i>. CV Literasi Nusantara Abadi.

Gunungsitoli, 15 November 2024

Approved by:
The Thesis Advisor,


Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum

Approved by:
The Chair of EESP,


Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum

Tembusan:

1. Kepala LPPM Universitas Nias
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Appendix 5 SK Dosen Pembimbing



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungaitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://fkip.uninas.ac.id> email: fkip@uninas.ac.id

SURAT PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING

Nomor: 15/UN10/PP.10.06/2024

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Universitas Nias, menetapkan

Nama	: AFORE TAHIR HAREFA, S.Pd., M.Hum.
NIDN	: 0117038305
Pangkat	: Penata/III-C
Jabatan Akademik	: Lektor
Program Studi	: Pendidikan Bahasa Inggris
Bidang Keahlian	: Bahasa Inggris

sebagai Pembimbing dalam penulisan skripsi mahasiswa FKIP, Universitas Nias:

Nama	: DELAN SEPTIANI HULU
NIM	: 212108021
Program	: S-1
Program Studi	: Pendidikan Bahasa Inggris
Judul Skripsi	: AN ANALYSIS OF PERSUASIVE SENTENCE USING IN TOURISM PROMOTION BROCHURE IN NORTH NIAS

Demikian surat penetapan dosen pembimbing ini disampaikan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Gunungaitoli, 27 November 2024



DEKAN FKIP, WAKUWU, S.S.M.S
NIDN 0120047946

Tembusan disampaikan kepada:

1. Plt. Rektor Universitas Nias u.p. Wakil Rektor I
2. Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris
3. Mahasiswa yang dibimbing (**DELAN SEPTIANI HULU**)

Appendix 6 Riwayat Bimbingan Rancangan Proposal Penelitian



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
 Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E / S Gunungsitoli 626392620815 Nias 22812
 Homepage: <https://Unias.ac.id> email: Pbing@gmail.com @Unias.ac.id

KARTU BIMBINGAN RANCANGAN PROPOSAL



Nama : Delan Septiani Hulu
 NIM : 212108021
 Program : Sarjana
 Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
 Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
 Judul : An Analysis of Persuasive Sentence
 Using in Tourism Promotion Brochure
 in North Nias
 Pembimbing : Afore Tahir Harefa, S.Pd, M.Hum

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Komentar Pembimbing*)	Tanda Tangan
1	14/11/2024	- Judul - Outline	- Perbaikan judul - Fenomena : gap, research and theoretical - kalimat persuasive dan Broser	
2	21/11/2024	BAB 1	- Perbaikan background - Rumusan masalah - penyusunan isi	
3	22/11/2024	BAB 1	- Mempertajam kembali isi background - kesesuaian tujuan penelitian - Melengkapi bab II dan III - Tata cara penulisan script & format	

4	17/12/2024	BAB 11	- Theoretical framework peselam sentence and tourism promotion brochure - Memperbaiki spes antar kalimat - Menambahkan teori	
5	19/12/2024	BAB 11	- Menambahkan teori dan memberikan kesimpulan - Menempurnakan conceptual framework - Tolo cara penulisan materi	
6	02/01/2025	BAB 11	- Revisi BAB II - Mengepsi untuk ke depan	
7	10/01/2025	BAB 11	- Kembali memperbaiki conceptual framework - Cara manajemen proses	
8	11/01/2025	BAB 3	Acc	
9				
10				

Appendix 7 Lembar Persetujuan untuk diseminarkan



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 F/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias ✉ 22812
Homepage: <http://phing.uninias.ac.id> email: phing@uninias.ac.id

THE APPROVAL SHEET OF RESEARCH PROPOSAL

The research proposal proposed by:

Name : **DELAN SEPTIANI HULU**
Reg. Number : 212108021
Program : Scholar
Department : English Education Study Program
Faculty : Faculty of Teacher Training and Education
Proposal Title : An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure
in North Nias

has been approved to be presented in the research proposal seminar forum.

Gunungsitoli, February 3 2025

Acknowledged by:

Chief of English Education Study Program,

Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Advisor,

Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Appendix 8 Berita Acara Seminar Rancangan Proposal Penelitian



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN SKRIPSI

Pada hari ini Sabtu, tanggal delapan bulan Februari tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Seminar Rancangan Skripsi bagi mahasiswi Universitas Nias:

Nama : Delan Septiani Hulu
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul R. Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

Waktu : 08.00 WIB s/d selesai

Susunan Dewan Pembimbing & Penelaah

1. Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum
2. Riswan Zega, S.Pd., M.Hum

Tanda tangan
1. 
2. 

Rekapitulasi Nilai	
Dewan Pembimbing & Penelaah	Total Nilai
Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum	82
Riswan Zega, S.Pd., M.Hum	80
Total Nilai	163

Rata-rata Nilai : 81,5

Gunungsitoli, 08 Februari 2025
Ketua Program Studi,


Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN SEMINAR

Nomor: 136/UN10.03/PP.08.03/2025

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP, Universitas Nias menerangkan bahwa:

Nama : Delan Septiani Hulu
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul R. Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

Hari/tanggal : Sabtu, 08 Februari 2025
Pukul : 08.00 WIB s/d selesai
Tempat : Ruang 02

Dengan hasil penilaian:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| ☐ | Rancangan Skripsi telah cukup baik sehingga telah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data (90-100) |
| ☒ | Rancangan Skripsi telah cukup baik, namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan instrumen sebelum dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data (70-89) |
| ☐ | Rancangan skripsi masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih perlu diperbaiki untuk menjadi topik permasalahan skripsi. Dianjurkan perbaikan (55-69) |
| ☐ | Rancangan Skripsi tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih topik lain dan wajib mengikuti seminar rancangan skripsi (<54) |

Gunungsitoli, 08 Februari 2025
Ketua Program Studi,

Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Catatan:

Berikan tanda cek (V) pada salah satu kotak.

Appendix 9 Lembar Perbaikan Rancangan Proposal Penelitian



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbng@unias.ac.id

PERBAIKAN RANCANGAN SKRIPSI

1. Dosen Pembimbing

Nama : Afore Tahir Harefa, S.Pd.,M.Hum
NIDN : 0117038305
Jabatan : Pembimbing
Unit Kerja : FKIP, Universitas Nias

2. Mahasiswa

Nama : Delan Septiani Hulu
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul R. Skripsi : An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure in North Nias

3. Waktu Pelaksanaan Ujian

Hari/tanggal : Sabtu, 08 Februari 2025
Pukul : 08.00 WIB s/d selesai
Tempat : Ruang 02

4. Perbaikan Rancangan Skripsi

No	Bab Halaman	Uraian
		Perbaikan sesuai dengan saran = <i>may donegal</i>

Gunungsitoli, 08 Februari 2025
Pembimbing,

Afore Tahir Harefa, S.Pd.,M.Hum
NIDN 0117038305



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias ✉ 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

PERBAIKAN RANCANGAN SKRIPSI

1. Dosen Penelaah

Nama : **Riswan Zega, S.Pd.,M.Hum**
NIDN : **0124108804**
Jabatan : **Penelaah**
Unit Kerja : **FKIP, Universitas Nias**

2. Mahasiswi

Nama : **Delan Septiani Hulu**
NIM : **212108021**
Program Studi : **Pendidikan Bahasa Inggris**
Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**
Judul R. Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

3. Waktu Pelaksanaan Ujian

Hari/tanggal : **Sabtu, 08 Februari 2025**
Pukul : **08.00 WIB s/d selesai**
Tempat : **Ruang 02**

4. Perbaikan Rancangan Skripsi

No	Bab Halaman	Uraian
		<i>Revisi based on the reviewer's notes and suggestions</i>

Gunungsitoli, 08 Februari 2025

Penelaah,

Riswan Zega
Riswan Zega, S.Pd.,M.Hum

NIDN. 0124108804

Appendix 10 Lembar Persetujuan untuk diteliti



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS**

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

THE EXAMINERS' BOARD APPROVAL SHEET OF RESEARCH PROPOSAL

The research proposal proposed by:

Name : **DELAN SEPTIANI HULU**
Reg. Number : 212108021
Program : Scholar
Department : English Education Study Program
Faculty : Teacher Training and Education
Proposal Title : An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure
in North Nias.

has been presented in the research proposal seminar forum and approved for research.

Gunungsitoli, 15 February 2025

Advisor,

Reviewer,

Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Riswan Zega, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0124108804

Acknowledged by:

Chief of English Education Study Program,

Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Appendix 11 Surat Permohonan Izin Penelitian



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Alamat: Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias ✉ 22812
Home page : <https://fkip.unias.ac.id> email : fkip@unias.ac.id

Gunungsitoli, 17 Februari 2025

Nomor : 079/UN10/PN.01.02/2025
Lampiran : 1 (satu) set
Perihal : **Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian**

Yth.
Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Nias Utara
di
Tempat

1. Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh:

Nama	: Delan Septiani Hulu
NIM	: 212108021
Fakultas	: Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Program Studi	: Pendidikan Bahasa Inggris
Jenjang Pendidikan	: Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi	: An Analysis of Persuasive Sentence Using in Tourism Promotion Brochure in North Nias.
Lokasi Penelitian	: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Nias Utara
Jadwal Penelitian	: 18 Februari – 18 Maret 2025

Maka kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberi izin kepada mahasiswi yang namanya tersebut di atas untuk melaksanakan Penelitian di lokasi penelitian tersebut di atas (rancangan skripsi terlampir).

2. Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Dekan,
Dr. Yaredi Waruyu, S.S., M.S.
NIDN 0120047908

Tembusan Yth:

1. Rektor Universitas Nias
2. Wakil Rektor Lingkup Universitas Nias
3. Kepala LPPM Universitas Nias
4. Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris
5. Peneliti yang bersangkutan (Delan Septiani Hulu)
6. Arsip

Appendix 13 Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian (dari lokus)



**PEMERINTAH KABUPATEN NIAS UTARA
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN**

Jalan Kartini Desa Hilidundra - Lotu, Email : disparbudnisut@gmail.com

Lotu, 18 Februari 2025

Nomor : 556/ 178 /1-Disparbud/2025
Lampiran : -
Perihal : **Pemberian Izin Pelaksanaan Penelitian**

Yth. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Nias

di
Tempat

Sesuai dengan Surat Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Nias Nomor : 079/UN10/PN.01.02/2025 tanggal 17 Februari 2025 perihal Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian, maka dengan ini kami memberikan Izin Pelaksanaan Penelitian kepada Mahasiswi yang tertera namanya dibawah ini:

Nama : Delan Septiani Hulu
NIM : 212108021
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : *An Analysis of Persuasive Sentence using in Tourism Promotion Brochure in North Nias*

Demikian di sampaikan dan diucapkan terima kasih.



Appendix 12 Surat Izin Penelitian (dari lokus penelitian)

	PEMERINTAH KABUPATEN NIAS UTARA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN Jalan Kartini Desa Hilidundra - Lotu, Email : disparbudnisut@gmail.com
<u>SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN</u> Nomor: 556/179/1-Disparbud/2025	
Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Nias Utara dengan ini menerangkan bahwa:	
Nama	: Delan Septiani Hulu
NIM	: 212108021
Fakultas	: Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Program studi	: Pendidikan Bahasa Inggris
Jenjang pendidikan	: Strata Satu (S-1)
Judul skripsi	: <i>An Analysis of Persuasive Sentence using in Tourism Promotion Brochure in North Nias</i>
Telah selesai melakukan Penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Nias Utara dari tanggal 18 Februari s/d 18 Maret 2025, guna menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul: "<i>An Analysis of Persuasive Sentence using in Tourism Promotion Brochure in North Nias</i>".	
Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.	
 KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KAB. NIAS UTARA, FOTAM ZAI, S.Pd, M.M. PENYUSUN TK. I NIP. 19670314 198712 1 002	

Appendix 14 Riwayat Bimbingan Skripsi



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS**

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama : **DELAN SEPTIANI HULU**
NIM : 212108021
Program : Sarjana
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul : An Analysis of Persuasive Sentence
Using in Tourism Promotion Brochure in
North Nias
Pembimbing : Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN : 0117038305

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Komentar Pembimbing	Tanda Tangan
1.	28/05/2015	Hasil data yang dikumpulkan	Mengumpulkan kembali data dari brosur serta mencari hubungan antara brosur dan Persuasive sentence.	
2.	12/06/2015	Data Penelitian & Bab 1	Memperbaiki kembali isi dari research findings. Menjabarkan setiap label	
3.	17/06/2015	BAB 1	Tindaklanjut terhadap wawancara dan dokumen Analisis	

4.	13/06/2015	-Memeriksa kembali layout tabel dan penyajian data	Memperbaiki penyajian data pada BAB 4	
5.	24/06/2015	Penyempurnaan kembali penelitian	Menjelaskan secara rinci kembali penelitian pada BAB 4	
6.	07/07/2015	Membahas BAB 4 & BAB 5 (tabel, diagram dan hasil penelitian)	Memperbaiki kembali	
7.	09/07/2015	Melanjutkan Bab 5 dan melengkapi Appendices	melengkapi Appendices	
8.	12/07/2015	Melengkapi skripsi	Acc sidang skripsi	
9.				
10.				

Appendix 15 Lembar persetujuan Ujian Skripsi



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

THE APPROVAL SHEET OF UNDERGRADUATE THESIS

The undergraduate thesis proposed by:

Name : **DELAN SEPTIANI HULU**
Reg. Number : 212108021
Program : Scholar
Department : English Education Study Program
Faculty : Faculty of Teacher Training and Education
Thesis Title : An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias.

has been approved by undergraduate thesis advisor for further approval by the board of examiners.

Gunungsitoli, July 12, 2025

Acknowledged by:

Chief of English Education Study Program.

Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Undergraduate Thesis Advisor,

Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Appendix 16 Lembar Turnitin



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT**

Rektorat : Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ■ +626392620815 Nias-7 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 232/UN06.01/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.**
NIDK : 8934030021
Pangkat/Golongan : Penata/III/c
Jabatan : Plt. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nias

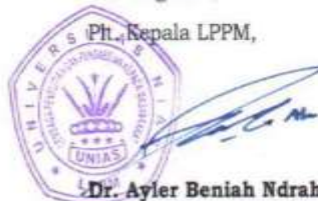
dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : **Delan Septiani Hulu**
NIM : 212108021
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Judul Skripsi : AN ANALYSIS OF PERSUASIVE SENTENCE IN TOURISM PROMOTION BROCHURE IN NORTH NIAS

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme terhadap Skripsi mahasiswa tersebut di atas melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 2% dan tingkat *Artificial Intelligence* (AI) 26%, sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi.

Gunungsitoli, 14 Juli 2025

Pt. Kepala LPPM,



Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.
NIDK. 8934030021

Tembusan:

1. Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris
2. Mahasiswa an. **Delan Septiani Hulu**.

Appendix 17 Surat Keterangan Lulus Matakuliah



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

No. **931** /UN10.03/PN.01/2025

1. Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris menerangkan bahwa:
Nama : **DELAN SEPTIANI HULU**
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Telah menyelesaikan mata kuliah yang dipersyaratkan dalam kurikulum yang berlaku di Universitas Nias sebanyak 149 SKS.
2. Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Dikeluarkan di : Gunungsitoli
Pada Tanggal : 30 Juli 2025

q Ka. Prodi,


Afote Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Tembusan
Dekan FKIP Universitas Nias

Appendix 18 Surat Permohonan Ujian Skripsi

15 Juli 2025

Perihal : Permohonan Ujian Skripsi
Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris
di
Gunungsitoli

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DELAN SEPTIANI HULU
NIM : 212108021
Program : Sarjana
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dosen Pembimbing : Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
Judul Skripsi : An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure
in North Nias

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian skripsi. Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan:

1. Biodata Peserta Ujian Skripsi
2. Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing Skripsi
3. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi (Print Out SIMAT)
4. Fotokopi Surat Penugasan Dosen Pembimbing Skripsi
5. Fotokopi KRS Semester 1 sampai Semester Berkenaan
6. Fotokopi KHS dari Semester 1 sampai Terakhir
7. Fotokopi Pembayaran Uang Ujian Skripsi
8. Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Semua Beban Studi Kecuali Skripsi/Penulisan Skripsi/Thesis Writing*)
9. Transkrip Nilai yang Telah Ditandatangani Ketua Program Studi
10. Surat Keterangan Telah Melakukan Pengecekan Plagiarisme dari LPPM.
11. Undangan Ujian Skripsi
12. Telah mengisi link bit.ly/MendaftarUjianSkripsiFKIP

Atas perhatian Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,



Delan Septiani Hulu
NIM. 212108021

Tembusan
Yth.
Dekan FKIP Universitas Nias

Appendix 19 Lembar Kesiadaan Menghadiri Ujian Skripsi



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

PERNYATAAN KESEDIAAN PEMBIMBING MENGHADIRI
UJIAN MEJA HIJAU

Sehubungan dengan pelaksanaan Ujian Meja Hijau bagi mahasiswa Universitas Nias

Nama : **DELAN SEPTIANI HULU**

NIM : 212108021

Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris

Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Judul Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

Yang dilaksanakan pada

Hari/tanggal : Rabu, 23 Juli 2025

Pukul : 09.00 WIB s.d. selesai

Tempat : Ruang 02 FKIP Universitas Nias

Dengan ini menyatakan kesiadaan menghadiri Ujian Meja Hijau pada waktu yang telah ditetapkan.

Gunungsitoli, 16 Juli 2025

Pembimbing,

1. Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.

Tanda Tangan,

1.



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS**

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

**PERNYATAAN KESEDIAAN PENGUJI I MENGHADIRI
UJIAN MEJA HIJAU**

Sehubungan dengan pelaksanaan Ujian Meja Hijau bagi mahasiswa Universitas Nias:

Nama : **DELAN SEPTIANI HULU**
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

Yang dilaksanakan pada:

Hari/tanggal : Rabu, 23 Juli 2025
Pukul : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Ruang 02 FKIP Universitas Nias

Dengan ini menyatakan kesediaan menghadiri Ujian Meja Hijau pada waktu yang telah ditetapkan.

Gunungsitoli, 16 Juli 2025

Penguji I,

1. Riswan Zega, S.Pd., M.Hum.

Tanda Tangan,

1.





YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS
Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

PERNYATAAN KESEDIAAN PENGUJI II MENGHADIRI
UJIAN MEJA HIJAU

Sehubungan dengan pelaksanaan Ujian Meja Hijau bagi mahasiswa Universitas Nias

Nama : **DELAN SEPTIANI HULU**
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : *An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias*

Yang dilaksanakan pada

Hari/tanggal : Rabu, 23 Juli 2025
Pukul : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Ruang 02 FKIP Universitas Nias

Dengan ini menyatakan kesediaan menghadiri Ujian Meja Hijau pada waktu yang telah ditetapkan.

Gunungsitoli, 16 Juli 2025

Penguji II,

1. Dr. Yaredi Waruwu, S.S., M.S.

Tanda Tangan
1.

Appendix 20 Surat Penetapan Dosen Penguji



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS**

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

Gunungsitoli, 15 Juli 2025

Nomor : 884/UN10.03/PP.08.05/2025
Lampiran : 2 (dua) eks.
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **Delan Septiani Hulu**

Yth. Dosen Penguji Ujian Skripsi

1. Riswan Zega, S.Pd., M.Hum.	Penguji I
2. Dr. Yaredi Waruwu, S.S., M.S.	Penguji II
3. Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.	Pembimbing Utama/Penguji

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

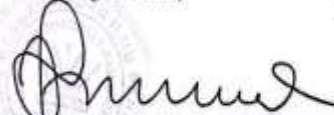
Nama : **Delan Septiani Hulu**
NIM : 212108021
Program : Sarjana
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

Diharapkan kehadiran Bapak pada acara dimaksud yang diselenggarakan pada:

Hari/tanggal : Rabu, 23 Juli 2025
Pukul : 09.00 WIB s.d.selesai
Tempat : Ruang 02 FKIP Universitas Nias

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh mahasiswa yang bersangkutan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi,



Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Tembusan

1. Plt. Rektor Universitas Nias
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
3. Delan Septiani Hulu

Appendix 21 Undangan Pelaksanaan Ujian Skripsi



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

SURAT PENETAPAN DOSEN PENGUJI

Nomor: 883/UN.10.03/PP.08.05/2025

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Nias menetapkan dewan penguji skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias

Nama : Delan Septiani Hulu
NIM : 212108021
Program : Sarjana
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : *An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias*

Waktu pelaksanaan ujian:

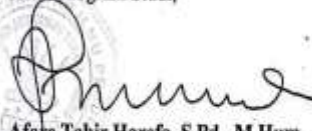
Hari/tanggal : Rabu, 23 Juli 2025
Pukul : 09.00 WIB s.d.selesai
Tempat : Ruang 02 FKIP Universitas Nias

Dewan Penguji:

No.	Nama	Jabatan dalam Ujian	Keterangan
1	Riswan Zega, S.Pd., M.Hum.	Penguji I	
2	Dr. Yaredi Waruwu, S.S., M.S.	Penguji II	
3	Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.	Pembimbing Utama/ Penguji	

Gunungsitoli, 15 Juli 2025

Ketua Program Studi,


Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0117038305

Appendix 22 Berita Acara Ujian Skripsi



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Rabu tanggal dua puluh tiga bulan Juli tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias:

Nama : **Delan Septiani Hulu**
NIM : **212108021**
Program : **Sarjana**
Program Studi : **Pendidikan Bahasa Inggris**
Fakultas : **Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**
Judul Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

Waktu : **09.00 WIB s.d.selesai**

Susunan Dewan Penguji

1. **Riswan Zega, S.Pd., M.Hum.**
2. **Dr. Yaredi Waruwu, S.S., M.S.**
3. **Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.**

Tanda Tangan

1.  2. 
3. 

No.	Penguji	Tanda Tangan	
		Skor	Rata-rata
1	Riswan Zega, S.Pd., M.Hum.		85
2	Dr. Yaredi Waruwu, S.S., M.S.		89
3	Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.		92
	Jumlah		266

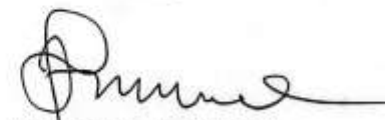
Berdasarkan perhitungan, rata-rata nilai adalah: 88.66 (Delapan puluh delapan koma enam puluh enam)

Dengan demikian yang bersangkutan dinyatakan lulus/tidak lulus dengan predikat kelulusan A-

Gunungsitoli, 23 Juli 2025
Dewan Ujian Skripsi

Ketua,

Sekretaris,



Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN/0117038305



Riswan Zega, S.Pd., M.Hum.
NIDN. 0124108804

Appendix 23 Lembar Perbaikan Ujian Skripsi



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS**

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI

1. Pembimbing

Nama : Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN : 0117038305
Jabatan : Pembimbing
Unit Kerja : FKIP, Universitas Nias

2. Mahasiswa

Nama : Delan Septiani Hulu
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias

3. Waktu Pelaksanaan Ujian

Hari/tanggal : Rabu, 23 Juli 2025
Pukul : 09.00 s/d selesai
Tempat : Ruang 01 & 02 FKIP Universitas Nias

4. Perbaikan Skripsi

No	Bab Halaman	Uraian
		Transkripsi soal / struktur kalimat dan paragraf lengkap.

Gunungsitoli, 23 Juli 2025
Pembimbing,

Afore Tahir Harefa, S.Pd., M.Hum.
NIDN 0117038305



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI

1. Penguji I

Nama : Riswan Zega, S.Pd., M. Hum.
NIDN : 0124108804
Jabatan : Penguji I
Unit Kerja : FKIP, Universitas Nias

2. Mahasiswa

Nama : **DELAN SEPTIANI HULU**
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

3. Waktu Pelaksanaan Ujian

Hari/tanggal : Rabu, 23 Juli 2025
Pukul : 09.00 s/d selesai
Tempat : Ruang 01 & 02 FKIP Universitas Nias

4. Perbaikan Skripsi

No	Bab Halaman	Uraian
		<i>Read the notes and suggestions of the examiner. Revise them all.</i>

Gunungsitoli, 23 Juli 2025
Penguji I,

Riswan Zega, S.Pd., M. Hum.
NIDN. 0124108804



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS

Alamat : Jalan Yos Sudarso 118 E/S Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22812
Homepage: <https://pbing.unias.ac.id> email: pbing@unias.ac.id

LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI

1. Penguji II

Nama : **Dr. Yaredi waruwu, S.S., M.S.**
NIDN : 0120047908
Jabatan : Penguji II
Unit Kerja : FKIP, Universitas Nias

2. Mahasiswa

Nama : **Delan Septiani Hulu**
NIM : 212108021
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : **An Analysis of Persuasive Sentence in Tourism Promotion Brochure in North Nias**

3. Waktu Pelaksanaan Ujian

Hari/tanggal : Rabu, 23 Juli 2025
Pukul : 09.00 s/d selesai
Tempat : Ruang 01 & 02 FKIP Universitas Nias

4. Perbaikan Skripsi

No	Bab Halaman	Uraian
		<i>Barat hasil temuan baru. " persuasive sentence in Tourism. promotion brochure " Another area"</i>

Gunungsitoli, 23 Juli 2025

Penguji II,


Dr. Yaredi waruwu, S.S., M.S.
NIDN 0120047908

BIOGRAPHY



Delan Septiani Hulu was born in Alasa on September 13, 2003. She is the eldest of five siblings, the son of Mr. Hardin Hulu and Mrs. Senimawardi Harefa. His educational journey began at SDN 076689 Fulolo Alasa, graduating in 2015. Then, she continued her education at SMP Negeri 1 Alasa, graduating in 2018. Then, she continued her education at SMA Negeri 1 Alasa, graduating in 2021. After graduating from high school, he continued her education at Nias University, enrolling in the English Language Education Program at the Faculty of Education and Educational Sciences. When she first entered the university, the institution was still named IKIP Gunungsitoli, but it has since been renamed Universityof Nias.