

**ABSTRACT**

WIRYANTARA, GEDE ARDI. **The Lexical Ambiguity Found in Food and Beverage Slogans**. Yogyakarta: Department of English Letters, Faculty of Letters, Sanata Dharma University, 2017.

Language is something that cannot be separated from human's life. It is the only tool that people use to communicate to each other, but sometimes a communication becomes ineffective because of several factors. One of those factors is ambiguity. Ambiguity is a phenomenon where a sentence or a word has several possible meanings. This phenomenon is not always in the spoken communication, but also in several written works such as newspaper, poem, song, letters, and slogan.

The focus of this research is the ambiguity in the slogan. The researcher picked 27 food and beverage slogans and those slogans were analyzed. All problems found in each slogan were words contain. That kind of case was usually referred to the lexical ambiguity. There were several terms that cause lexical ambiguity. After knowing the terms of lexical ambiguity contained in the slogan, the researcher discussed the possible interpretations that might be caused by the ambiguity.

From those several possible interpretations, mostly there was only one interpretation meant by the company. However, a few of the companies are intentionally put the ambiguity in the slogan to attract public's attention. The researcher used semantics and pragmatics to analyze the ambiguous word. Semantics helped the researcher to find those possible meanings of the ambiguous word and possible interpretations toward the slogan. In considering the possible word, the researcher used homonymy, polysemy, and metaphorical expression.

After analyzing those ambiguous words, the researcher considered which meanings implied by the slogan through context. Pragmatics would help the researcher to consider the implied meaning of the ambiguous word in the context of the slogan itself.

***Key Words: Language, Ambiguity, Slogan, Food and Beverage***

## ABSTRAK

WIRYANTARA, GEDE ARDI. **The Lexical Ambiguity Found in Food and Beverage Slogans**. Yogyakarta: Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma, 2017.

Bahasa adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Bahasa adalah satu-satunya alat yang digunakan manusia untuk berkomunikasi. Namun, komunikasi terkadang menjadi tidak efektif dikarenakan beberapa faktor, salah satunya adalah ambiguitas. Ambiguitas adalah sebuah fenomena saat sebuah kalimat atau kata memiliki beberapa kemungkinan arti dan fenomena ini tidak hanya ada di komunikasi secara verbal, namun juga ada di komunikasi secara tertulis seperti di koran berita, puisi, lagu, surat, dan slogan.

Fokus penelitian ini adalah tentang ambiguitas slogan di dalam iklan. Peneliti memaparkan sebanyak 27 slogan makanan dan minuman dan slogan-slogan tersebut akan dianalisis. Semua perumusan masalah bertuju pada sebuah kata yang terdapat di dalam setiap slogan. Hal ini disebut sebagai ambiguitas secara leksikal. Ada beberapa pengertian yang menyebabkan adanya ambiguitas leksikal. Setelah mengetahui pengertian – pengertian ambiguitas leksikal yang terdapat di dalam slogan, peneliti mendiskusikan interpretasi yang memungkinkan dari ambiguitas tersebut.

Dari interpretasi – interpretasi yang memungkinkan ini, biasanya hanya ada satu interpretasi yang dimaksud di setiap slogan. Namun hanya beberapa perusahaan yang sengaja menaruh ambiguitas dalam slogan agar membuatnya terlihat lebih menarik di mata publik. Peneliti menggunakan semantic dan pragmatik untuk menganalisis kalimat ambigu. Semantik membantu peneliti mencari pengertian dan interpretasi yang memungkinkan dari kalimat ambigu di dalam slogan. Dalam mencari kata – kata yang ambigu, peneliti menggunakan homonimi, polisemi, dan ekspresi metafora.

Setelah menganalisis kata – kata ambigu, peneliti mempertimbangkan arti yang tersirat di dalam slogan melalui konteks. Pragmatik membantu peneliti mempertimbangkan arti tersirat di dalam kata – kata ambigu melalui konteks slogan.

**Kata Kunci:** Bahasa, Ambiguitas, Slogan, Makanan dan Minuman