

ABSTRACT

Wardhani, Maria Priska Tyas Ayu, (2015). *Linguistic Forms and Implicature Meanings of English Slogan in Mobile Phone Advertisements*. Yogyakarta: English Language Education Study Program, Sanata Dharma University.

Advertisement language employs certain characteristics and forms which make its usage unique so that it is interesting to read. The language of the English slogan used in the advertisements is essential to attract the consumers' attention. For this reason, the researcher intends to analyze the linguistic forms and the implicature meanings of the English slogan in mobile phone advertisements.

This research is aimed at describing the linguistic forms and the implicature meanings of each slogan in mobile phone advertisements. There are two research problems in this research: (1) What are the linguistic forms of the English slogan used in mobile phone advertisements? (2) What are the implicature meanings of the English slogan in mobile phone advertisements?. In order to answer those two research problems, the researcher applied Warriner (1982) theory about linguistic forms. In describing the implicature meanings of the slogan, the researcher used pragmatic analysis especially implicature theory by Yule (1996).

To answer those research problems, the researcher applied qualitative research, namely document analysis. The object of this research is the slogan used in mobile phone advertisements. The data are the forms of phrases, clauses, and sentences of mobile phone advertisements. The sources were taken from printed and electronic media. All the data found were taken from the internet sources.

The document analysis was carried out after the researcher completed selecting the slogans from internet sources. Based on the analysis, the researcher found the data based on the linguistic forms of the slogans. From 21 slogans studied, the researcher discovered six linguistic forms used by the English slogan in mobile phone advertisements. There are a noun phrase, a verb phrase, an adjective phrase, a gerund phrase, a prepositional phrase, and a declarative sentence. Besides, the researcher found that the implicature meanings of the English slogan in mobile phone advertisements is as an additional conveyed meaning to attract the consumer's attention to buy their products.

Keywords: pragmatic, slogan, advertisement, linguistic forms, implicature.

ABSTRAK

Wardhani, Maria Priska Tyas Ayu, (2015). *Linguistic Forms and Implicature Meanings of English Slogan in Mobile Phone Advertisements*: English Language Education Study Program, Sanata Dharma University.

Bahasa iklan menggunakan karakteristik serta bentuk tertentu yang membuat penggunaannya yang unik sehingga menarik untuk dibaca. Bahasa dari slogan bahasa Inggris yang digunakan dalam iklan sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Dengan alasan ini, linguistic forms dan makna implikatur dari slogan Inggris dalam iklan ponsel dianalisis dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan linguistic forms dan makna implikatur pada setiap slogan dalam iklan ponsel. Ada dua rumusan masalah dalam penelitian ini: (1) Linguistic forms seperti apakah yang digunakan dalam slogan Bahasa Inggris pada iklan ponsel? (2) Apa makna implikatur slogan Bahasa Inggris dalam iklan ponsel? Untuk menjawab dua rumusan masalah tersebut, peneliti menerapkan teori Warriner (1982) tentang linguistic forms. Dalam menggambarkan makna implikatur dari slogan tersebut, peneliti menggunakan analisis pragmatis khususnya teori implikatur oleh Yule (1996).

Untuk menjawab dua rumusan masalah tersebut, peneliti menerapkan penelitian kualitatif, yaitu analisis dokumen. Obyek penelitian ini adalah slogan yang digunakan dalam iklan ponsel. Datanya adalah dalam bentuk frase, klausa dan kalimat iklan ponsel. Sumber diambil dari media cetak dan elektronik. Semua data yang ditemukan diambil dari sumber internet.

Analisis dokumen dilakukan setelah peneliti selesai memilih slogan dari sumber internet. Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan data berdasarkan pada linguistic forms dari slogan-slogan. Dari 21 slogan yang dikaji, peneliti menemukan enam linguistic forms yang digunakan oleh slogan bahasa Inggris di ponsel iklan. Terdapat a noun phrase, a verb phrase, an adjective phraset, a gerund phrase, a prepositional phrase, dan a declarative sentence. Selain itu, peneliti menemukan bahwa makna implikatur dalam slogan bahasa Inggris di iklan ponsel adalah sebagai makna tambahan yang disampaikan untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produk mereka.

Kata kunci: pragmatik, slogan, iklan, linguistic forms, implikatur.