

## ABSTRACT

**Pratiwi, Isti.** 2003. *A study of the English-Indonesian Phonological and Morphological Processes of Indonesian Product Naming.* Yogyakarta: English Language Education Study Program. Sanata Dharma University.

This study focuses on the *English-Indonesian phonological and morphological processes* of Indonesian product naming. A name of a product itself is sometimes its own best advertising. Its aim is to communicate the products with people. *Phonology* is an aspect of language organization involving the use of sounds and the relationships among them. *Morphology* is an aspect of a language that studies the internal structure of words and the relationship among them. In naming the Indonesian product, *English-Indonesian phonological and morphological processes* play important roles.

The main objective of this study was to investigate the *phonological and morphological processes* in the Indonesian product naming. Specifically, it was intended to find the answers to the problems as follows: (1) in terms of length, how many kinds of words are found in the Indonesian product naming, (2) what *English-Indonesian phonological processes* are found in the Indonesian product naming, (3) what *English-Indonesian morphological processes* are found in Indonesian product naming.

The method employed in this study was a descriptive one. It describes what was found and observed. The data were gathered from the ten biggest number of products of *ALFA* department store in May 2003. The products taken in the samples were limited to the products that have English-sound-like names. In carrying out this study, the steps were planned systematically as follows: (1) Observing and categorizing every product name bases upon the number of words in terms of syllable length in a table. (2) Observing and categorizing every product name bases upon the *phonological processes* in a form of table, (3) Observing and categorizing every product name bases upon the *morphological processes* in the form of table, (4) Counting the percentage of each of the *phonological and morphological processes*, (5) Identifying the kinds of the *phonological and morphological processes* which have the highest percentage as the most frequently used types of *phonological and morphological processes* in the Indonesian product naming, and (6) discussing the results of findings.

The results of the study were as follows: (1) there are four kinds of words found in the Indonesian product naming in terms of syllable length, namely *monosyllabic, disyllabic, trisyllabic, and polysyllabic words*. There were 10 or 14.08% of *monosyllabic words*; 31 or 66% of *disyllabic words*, 28 or 39.44% of *trisyllabic words*, and 2 or 2.82% of *polysyllabic words*; (2) of the 140 *English-Indonesian phonological processes* found in the Indonesian product naming, the most frequently used is *assimilation* with 90 processes or 64.29%, and it was followed by *segment deletion* with 21 processes or 15.00%, *segment addition* with 21 processes or 15.00%, *feature addition* with 3 processes or 02.14%, *mediate sounds* with 2 processes or 01.43%, *free variation* with 2 processes or 01.43%, and *metathesis* with 1 process or 0.71%, (3) of the 87 *English-Indonesian morphological processes* found

in the Indonesian product naming, the most frequently used was *other sources* with 33 processes or 37.93%, and it was followed by *shortening* with 26 processes or 29.89%, *Compounding* 21 processes or 24.13%, *derivation* with 5 processes or 5.75%, *inflection* with 1 processes or 01.15%, *reduplication* with 1 process or 01.15%.

The general conclusions of this study are as follows. First, the Indonesian product naming appeared with *monosyllabic, disyllabic, trisyllabic, and polysyllabic* kinds. Second, there were *phonological and morphological processes* found in the Indonesian product naming. *The phonological processes* were *assimilation, segment deletion, segment addition, metathesis, mediate sounds, free variation, and feature addition*. *The morphological processes* were *compounding, derivation, shortening, other sources, inflection, and reduplication*. *The phonological and morphological processes* were the manifestations of language modifications. It was part of language changes and language evolution. In fact, the language of advertising changes and evolves through time.

## ABSTRAK

**Pratiwi, Isti.** 2003. *A study of English-Indonesian Phonological and Morphological Processes of Indonesian Product Naming.* Yogyakarta: Program Studi Bahasa Inggris, Univeritas Sanata Dharma.

Studi ini memusatkan perhatian pada *proses-proses fonologi dan morfologi* dalam hal penamaan produk Indonesia. Sebuah nama produk seringkali merupakan suatu iklan yang terbaik. Tujuannya untuk mengkomunikasikan produk pada masyarakat. Pada penelitian ini, istilah periklanan mengarah pada iklan perusahaan untuk konsumen. *Fonologi* adalah suatu aspek organisasi bahasa yang melibatkan penggunaan bunyi atau hubungan di antara mereka. *Morfologi* adalah suatu aspek kebahasaan yang mempelajari struktur internal kata-kata dan hubungan di antara mereka (hubungannya). *Proses-proses fonologi dan morfologi bahasa Inggris dan bahasa Indonesia* berperan penting dalam penamaan produk buatan Indonesia.

Tujuan utama dilakukannya studi ini adalah untuk meneliti *proses-proses fonologi dan morfologi* yang ada pada penamaan produk buatan Indonesia. Lebih khususnya, studi ini bertujuan untuk menemukan jawaban dari ketiga permasalahan berikut ini: (1) berdasarkan panjang silabel, ada berapa macam jenis kata ditemukan pada penamaan produk Indonesia, (2) *proses-proses fonologi* (baik *Inggris* maupun *Indonesia*) apa saja yang ditemukan pada penamaan produk Indonesia, (3) *proses-proses morfologi* (baik *Inggris* maupun *Indonesia*) apa saja yang ditemukan pada penamaan produk Indonesia.

Metode yang digunakan dalam studi ini adalah metode deskriptif yaitu mendeskripsikan apa saja yang ditemukan dan diamati. Data yang ada diperoleh dari daftar sepuluh besar produk yang ada di toko gudang rabat *ALFA* pada bulan Mei 2003. Produk-produk tersebut dibatasi pada nama-nama produk yang mengandung bunyi seperti bahasa Inggris. Dalam melaksanakan studi ini, beberapa langkah direncanakan secara sistematis sebagai berikut: (1) mengamati dan mengkategorisasikan setiap nama produk berdasarkan panjang silabel dalam bentuk sebuah table, (2) mengamati dan mengkategorisasikan setiap produk berdasarkan pada *proses-proses fonologi* dalam bentuk sebuah table, (3) mengamati dan mengkategorisasikan setiap nama produk berdasarkan pada *proses-proses morfologi* dalam bentuk sebuah table, (4) menghitung persentase setiap jenis proses *fonologi* dan *morfologi*, dan (5) mengidentifikasi jenis-jenis proses *fonologi* dan *morfologi* pada penamaan produk Indonesia, dan (6) membahas hasil-hasil penemuan.

Penemuan-penemuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) berdasarkan pada panjang silabel, ada 4 jenis kata ditemukan pada penamaan produk Indonesia, yaitu *monosyllabic*, *disyllabic*, *trisyllabic*, dan *polysyllabic words*. Ada 10 atau 14.08% *monosyllabic words*, 31 atau 66.00% *disyllabic words*, dan 28 atau 39.44% *trisyllabic words*, dan 2 atau 2.28% *polysyllabic words*; (2) dari 140 *proses fonologi* (baik *Inggris* maupun *Indonesia*) yang ditemukan pada penamaan produk Indonesia, yang paling sering digunakan adalah *assimilation* dengan 90 proses atau 64.29%, dan diikuti oleh *segment deletion* dengan 21 proses atau 15.00%, *segment addition* dengan 21 proses atau 15.00%, *feature addition* dengan 3 proses atau 02.14%, *mediate sounds* dengan 2 proses atau 01.43%, *free variation* dengan 2 proses

atau 01.43%, dan *metathesis* dengan 1 proses atau 0.71%; (3) dari 87 proses morfologi (baik *Inggris* maupun *Indonesia*) yang ditemukan pada nama-nama produk buatan *Indonesia*, yang paling sering digunakan adalah *other sources* dengan 33 proses atau 37.93%, dan diikuti oleh *shortening* dengan 26 proses atau 29.89%, *compounding* dengan 21 proses atau 24.13%, *derivation* dengan 5 proses atau 05.75%, *inflection* dengan 1 proses atau 01.15%, dan *reduplication* dengan 1 proses atau 01.15%.

Kesimpulan umum dari studi ini adalah bahwa penamaan produk *Indonesia* hadir dengan bentuk *monosyllabic*, *disyllabic*, *trisyllabic*, dan *polysyllabic words*. Selain itu, ada beberapa proses fonologi dan morfologi yang ditemukan pada pembentukan nama-nama produk tersebut. Proses-proses fonologi yang ditemukan yaitu *assimilation*, *segment deletion*, *segment addition*, *metathesis*, *mediate sounds*, *free variation*, dan *feature addition*. Proses-proses morfologi yang ditemukan yaitu *compounding*, *derivation*, *shortening*, *other sources*, *inflection*, dan *reduplication*. Proses-proses fonologi dan morfologi merupakan manifestasi modifikasi-modifikasi bahasa. Hal ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perubahan dan evolusi bahasa. Pada kenyataannya bahasa periklanan berubah seiring dengan perubahan jaman.