

ABSTRACT

Nugraheni, Agatha Carniela. *Ellipsis on Beauty Advertisements in Elle Magazine*. Yogyakarta: Department of English Language Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Sanata Dharma University, 2018.

Magazine is a media to promote advertisements. *Elle Magazine* contains a lot of beauty advertisements. Advertisements have specific language features. Ellipsis is one of advertising language features. Ellipsis in beauty advertisements is interesting to be analyzed because advertisements are found in daily life. Despite of its familiarity, ellipsis in advertisements is rarely observed.

There are two research questions provided in order to achieve important points in this study. The first research question is to analyze the types of ellipsis that are employed in beauty advertisements in *Elle Magazine*. The second research question is to analyze recoverability types that are found in beauty advertisements in *Elle Magazine*.

The researcher collected the data from *Elle Magazines* issued March to August 2017. The qualitative paradigm was applied in this study. Theories of Ellipsis Types from Swan (1996) and theories of Ellipsis Recoverability from Quirk *et. al.* (1985) were used to answer the research question alongside with advertisements theories. The data were classified based on its types.

The research found that ellipsis happened mostly in the beginning of the advertisements clauses. There were nine out of 14 types that were established from the data. The ellipsis types that were being analyzed happened to have three types of recoverability, which were situational, structural and textual recoverability. This research is beneficial for linguists that study ellipsis, copywriters that compose advertising taglines, teachers who teach linguistics, and general readers.

Keywords : advertising language, ellipsis types, ellipsis recoverability

ABSTRAK

Nugraheni, Agatha Carniela. *Ellipsis on Beauty Advertisements in Elle Magazine*. Yogyakarta: Program Studi Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Univesititas Sanata Dharma, 2018.

Manusia berkomunikasi dalam kegiatan sehari-hari. Bahasa adalah salah satu alat dalam menyampaikan maksud berkomunikasi dalam pergaulan sosial. Setiap tujuan komunikasi yang disampaikan mempunyai ciri-ciri bahasa yang khusus. Bahasa iklan adalah salah satu cara yang digunakan dalam menyampaikan bujukan untuk menjual barang atau membuat orang berinvestasi dalam sebuah produk atau jasa. Majalah adalah salah satu media penyebaran iklan. Majalah *Elle* memuat banyak iklan kecantikan. Iklan mempunyai ciri bahasa khusus. Ellipsis adalah salah satu dari ciri khusus bahasa iklan. Ellipsis yang ditemukan dalam bahasa iklan menarik untuk dianalisa karena iklan dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari; dan keberadaan ellipsis pun jarang diamati.

Untuk mengungkap poin penting dalam penelitian ini, peneliti mengutarakan dua rumusan masalah. Rumusan masalah yang pertama menganalisa jenis ellipsis yang dapat ditemukan di majalah *Elle*. Rumusan masalah yang kedua menganalisa recoverabiliti dari ellipsis yang ditemukan dalam iklan kecantikan di majalah *Elle*.

Peneliti mengumpulkan data dari majalah *Elle* terbitan bulan Maret sampai Agustus 2017. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam menjawab rumusan masalah. Penelitian ini menggunakan teori tentang jenis jenis ellipsis dari *Swan* (1996) dan teori tentang rekooverabilitas ellipsis dari *Quirk dkk* (1985) bersamaan dengan beberapa teori mengenai bahasa iklan. Data akan dikelompokkan berdasarkan tipe yang dimilikinya.

Dari data yang terkumpul dapat dilihat bahwa ellipsis sebagian besar terjadi di awal klausa iklan, yang diklasifikasikan dalam ellipsis tipe 3. Ada sembilan dari empatbelas tipe ellipsis dapat diidentifikasi dari data yang terkumpul. Kasus ellipsis yang terjadi pada data mengalami tiga tipe rekooverabilitas, yaitu rekooverabilitas situasional, rekooverabilitas structural dan rekooverabilitas tekstual. Penelitian ini dapat berguna bagi ahli bahasa yang ingin memperdalam ellipsis, penerbit yang menciptakan bahasa iklan, guru yang mengajarkan ilmu bahasa dan pembaca pada umumnya.

Keywords : advertising language, ellipsis types, ellipsis recoverability