

ABSTRAK

Ramdhany, Febrina. 2016: An Analysis of Language Functions and the Rules of Slogan Used in Beverage Advertisements in Indonesia. Bahasa dan Sastra Inggris. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi-fungsi bahasa dan aturan-aturan slogan yang digunakan pada iklan-iklan minuman di Indonesia. Fungsi bahasa dan aturan-aturan slogan yang terdapat pada iklan-iklan minuman di Indonesia dapat ditemukan dengan menganalisis makna tersirat pada iklan minuman tersebut. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan suatu masalah dengan jelas berdasarkan data yang diambil secara akurat. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data adalah iklan-iklan minuman di Indonesia yang dikumpulkan melalui internet. Penulis memfokuskan penelitian ini pada slogan-slogan yang menggunakan implikatur dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Kemudian penulis menganalisisnya untuk menemukan fungsi bahasa dan aturan slogan yang terdapat pada iklan minuman tersebut. Pada fungsi-fungsi bahasa yang terdapat dalam slogan-slogan berbahasa Inggris, ditemukan bahwa iklan yang menggunakan slogan berbahasa Inggris cenderung menggunakan fungsi informasional dan fungsi direktif dengan jumlah persentase yang sama yaitu sebanyak 38%. Sedangkan pada slogan berbahasa Indonesia cenderung menggunakan fungsi informasional. Kemudian, pada aturan-aturan slogan yang digunakan pada slogan berbahasa Inggris, ditemukan bahwa slogan-slogan berbahasa Inggris cenderung mengikuti aturan slogan yang menyebutkan bahwa slogan harus mudah untuk diingat. Sedangkan pada slogan-slogan berbahasa Indonesia cenderung mengikuti aturan slogan yang menyebutkan bahwa slogan harus memberikan perasaan positif terhadap merek.

Kata kunci: aturan-aturan slogan, fungsi bahasa, slogan, iklan, minuman.