## ABSTRACT

Tiyana, Elma. 2017. *Conversational Implicature in Advertisements of Beauty Product and Food & Beverage product On Television.* Thesis English Department, Faculty of Act and Humanities, State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya.

Advisor: Dr. A. Dzo'ul Milal, M.Pd

Key Words: Conversational Implicature, Generalized Implicature, Particularized Implicature, Cooperative Principle, Violation.

---

This study explains about the analysis of conversational implicature found in the conversation transcript of 20 Advertisement Beauty Product and Food & Beverage Product. Data are explained by showing the context of situation, the type of conversational implicature theory of Grice (1975) and the violation of maxim.

The researcher used the method of qualitative approach. The steps of analysis are after the utterances in the advertisement have classified and underlined based on conversational implicature, the researcher described the types of conversational implicature. Then, the researcher made data display to classified the utterances based on the types of conversational implicature and Violation of maxim. The data based on types of conversational implicature were analyzed by seeing the violation of maxim to answer the second question. Finally, the researcher made some conclusions from the result of analysis.

The result of the study describes the process of identifying conversational implicature, there are 23 utterance that have implied meaning included in conversational implicature. There are 19 utterances that include of generalized and 4 utterances that include of particularized implicature. The most finding is generalized conversational implicature.




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# INTISARI

Tiyana, Elma. 2017. *Conversational Implicature in Advertisements of Beauty Product and Food & Beverage product On Television.* Thesis English Department, Faculty of Act and Humanities, State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya.

Pembimbing: Dr. A. Dzoul Milal, M.Pd

Kata Kunci: Implikatur Percakapan, Percakapan Umum, Percakapan Khusus, Prinsip Kerja Sama,Pelanggaran Maxim.

---

Skripsi ini membahas tentang analisis dari implikatur percakapan yang ditemukan dalam transkip percakapan pada 10 iklan kecantikan dan 10 iklan makanan & minuman pada televisi. Data dijelaskan dengan menunjukkan situasi konteks, tipe implikatur percakapan teori dari Grice dan teori pelangaran maxim.

Peneliti menggunakan metode pendekatan qualitatif. Langkah - langkah dari analisis skripsi ini adalah setelah data dalam iklan sudah di beri garis bawah dan di klasifikasikan dalam implikatur percakapan. Peneliti mendeskripsikan kalimat iklan ke dalam tipe-tipe implikatur percakapan. Kemudian peneliti membuat data diplai, peneliti mengidentifikasi dan mengklasifikasi ucapan dalam bentuk tabel penemuan untuk memudahkan penliti dalam menganalisis. Selanjutnya, peneliti menganalisa data implikatur percakapan dengan menggunakan prinsip pelanggaran maxim untuk mengetahui cara pemnggunaan implikatur percakapan dalam iklan. Yang terakhir peneliti meringkas dari hasil menganalisa data.

Hasil dari analisis ini menjelaskan tentang proses dari identifikasi implikatur. Ada 23 ucapan yang mempunyai makna tersirat yang termasuk dalam implikatur. Ada 19 ucapan yang termasuk kedalam percakapan umum dan ada 4 ucapan yang termasuk kedalam percakapan khusus. Paling banyak ditemukan dalam iklan ini adalah percakapan umum.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id