ABSTRACT

Sholihah, I'in Mar'atus. 2016. *A Study of Implicature on Airline Advertisement Slogans Operated in Indonesia.* Thesis. English Department, Faculty of Arts and Humanities, State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya. Advisor: Muhammad Thoriqussu'ud, M.Pd

Key Words: Context, Implicature, Conversational and conventional implicature, and Airline advertisement slogan.

Slogan of advertisement is aimed to get people's intention by company in promoting their product or service. There are many attractive words to convince the people and some of the companies use the words that have an implied meaning. In this study called implicature. Implicature is an additional meaning. And in this research, the implicatures are used in airline advertisement slogans. Therefore, this research tries to answer, what the implicatures implied by slogans used in commercial airlines advertisement slogans that operated in Indonesia?

This research uses Grice's implicature theory to conduct this research. Then, the writer uses descriptive qualitative method to descibe the implicature in slogan. The data of this research are slogan of each website of airlines. Then, in analyzing data, sthe writer has some ways: (1) by analyzing the context of the slogan, (2) by describing the implied meaning, (3) by categorizing the kinds of the slogan in implicature.

After analyzing data, despite finding the intended meanings of the airline advertisement slogans, this research also find 35 of conversational implicature and 1 of conventional implicature from 36 slogans which is from those 35 of conversational implicature, there are 16 generalized conversational implicatures, 19 particularized conversational implicatures and no found in scalar 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

Sholihah, I'in Mar'atus. 2016. *A Study of Implicature on Airline Advertisement Slogans Operated in Indonesia.* Skripsi. Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Pembimbing: Muhammad Thoriqussu'ud, M.Pd

Kata Kunci: *Context, Implicature, Conversational and conventional implicature, and Airline advertisement slogan.*

Pemakaian iklan slogan yang dibuat oleh perusahaan bertujuan untuk mendapatkan perhatian orang-orang dalam menawarkan produk atau jasa mereka. Terdapat banyak kata-kata menarik yang digunakan untukmeyakinkan orang-orang dan banyak dari perusahaan menggunakan kata-kata yang mempunyai makna tersirat. Dan dalam penelitian ini hal itu dinamakan implikatur. Implikatur adalah tambahan makna. Di dalam penelitian ini, implikatur banyak digunakan dalam iklan slogan pesawat. Maka dari itu, penelitian ini berusaha menjawab, implikatur apa yang tersirat dalam slogan-slogan yang digunakan oleh iklan pesawat yang beroperasi di Indonesia?

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori implikatur dari Grice. Kemudian, peneliti menggunakan metode diskriptif kualitatif untuk menjelaskan implikatur yang ada di slogan. Adapun, data di dalam penelitian ini adalah slogan dari setiap website perusahaan pesawat. Kemudian dalam menganalisa data, peneliti mempunyai beberapa cara: (1) dengan menganalisa konteks dari masing-masing slogan, (2) dengan menggambarkan arti atau makna yang tersirat, (3) dengan mengategorikan macam-macam slogan dalam implikatur.

Setelah menganalisa data, selain menemukan makna yang tersirat di semua slogan. Penelitian ini juga menemukan *conversational implicature* sebanyak 35 dan 1 *conventional implicature* dari 36 jumlah slogan yang telah ditemukan. Dan dari 35 *conversational implicature* ditemukan 16 *generalized conversational implicature*, 19 *particularized conversational implicature* dan tidak ditemukan dari *scalar 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