

## TABLE OF CONTENTS

<b>ACKNOWLEDGEMENTS</b> .....	i
<b>TABLE OF CONTENTS</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>CHAPTER ONE: INTRODUCTION</b>	
Background of the Study .....	1
Statement of the Problem .....	5
Purpose of the Study .....	5
Methods of Research .....	5
Organization of the Thesis .....	5
<b>CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK</b> .....	7
<b>CHAPTER THREE: THE APPLICATION OF JOHN SEARLE'S SPEECH ACTS IN THE ADVERTISEMENT SLOGANS OF WOMEN'S PRODUCTS</b> .....	11
<b>CHAPTER FOUR: CONCLUSION</b> .....	23
<b>BIBLIOGRAPHY</b> .....	27
<b>APPENDICES:</b>	
Table of Data .....	28
Advertisements .....	31

## **ABSTRAK**

Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program sarjana di jurusan Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Kristen Maranatha.

Penulis menganalisis penggunaan fungsi tindak tuturan pada beberapa slogan iklan produk wanita. Ranah linguistik yang digunakan dalam menganalisis iklan tersebut adalah Pragmatik.

Dari pembahasan pragmatik, penulis menganalisis bahasa periklanan dengan menggunakan teori tindak tutur. Tindak tutur terdiri dari lima kategori, yaitu deklaratif, representative, ekspresif, direktif, dan komisif.

Dalam periklanan, acap kali kita kurang mengerti dengan maksud iklan itu, tetapi dengan menggunakan teori tindak tutur, kita dapat lebih memahami pesan yang ingin disampaikan oleh slogan produk iklan tersebut.

Dalam slogan iklan produk wanita tersebut, saya mendapati bahwa satu slogan iklan dapat mengandung lebih dari satu teori tindak tutur yang diungkapkan oleh John Searle.

Tipe tindak tutur yang paling sering digunakan dalam periklanan adalah komisif, yang memberikan janji mengenai suatu produk yang diberikan pada pembeli untuk lebih tertarik dalam menggunakan produk tersebut.