

ABSTRACT

Dalam skripsi ini, saya membahas tentang Fungsi Ujaran dalam beberapa slogan pada iklan produk anak-anak. Saya memilih topik bahasan ini dalam skripsi saya untuk menunjukkan bahwa terdapat beragam Fungsi Ujaran dalam slogan iklan produk anak-anak.

Proses-proses analisis dalam skripsi saya meliputi bidang Linguistik, khususnya Sociolinguistik yang menggunakan teori Fungsi Ujaran. Teori ini dikembangkan oleh Janet Holmes. Menurut Holmes, Fungsi Ujaran terbagi menjadi enam kategori: ekspresif, direktif, referensial, metalinguistik, poetik dan fatis.

Setelah melakukan penelitian terhadap beberapa slogan pada iklan produk anak-anak, saya berkesimpulan bahwa Fungsi Ujaran digunakan tidak hanya untuk memberikan informasi tentang produk yang diiklankan, tetapi juga bertujuan untuk membujuk para pembaca iklan tersebut secara tidak langsung untuk membeli produk tersebut. Selain itu juga penggunaan Fungsi Ujaran dalam slogan pada iklan produk anak-anak bertujuan untuk membuat para pembaca iklan tersebut mengenal produknya lebih jauh dan mengingat nama produk yang diiklankan.

Setelah melakukan penelitian, saya dapat memastikan bahwa dalam setiap slogan minimal terdapat satu Fungsi Ujaran. Fungsi ujaran tersebut bertujuan agar produk yang diiklankan menjadi lebih menarik. Fungsi yang paling banyak digunakan adalah referensial, diikuti oleh poetik. Pemakaian fungsi direktif tidak begitu banyak ditemukan dalam penelitian saya. Tiga fungsi yang tidak dapat saya temukan dalam penelitian saya adalah fungsi ekspresif, metalinguistik dan fatis. Hal ini terjadi karena ketiga fungsi tersebut tidak sesuai dengan slogan pada iklan produk anak-anak yang kebanyakan memberi informasi tentang keunggulan produk yang diiklankan.

TABLE OF CONTENTS

PREFACE	i
TABLE OF CONTENTS	ii
ABSTRACT	iii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	
Background of the Study.....	1
Statement of the Problem.....	4
Purpose of the Study.....	4
Methods of Research.....	4
Organization of the Thesis.....	4
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	6
CHAPTER THREE: DISCUSSION OF THE FUNCTIONS OF SPEECH IN THE ADVERTISEMENT SLOGANS OF CHILDREN'S PRODUCTS	10
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	23
BIBLIOGRAPHY	28
APPENDICES	29
Appendix 1 – Table of Data.....	30
Appendix 2 – 15 Data of Copies of Advertisements.....	32