

ABSTRACT

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mencari ciri khas yang ada pada slogan iklan dan menganalisis fungsi konteks dalam memahami *Block Language* yang banyak terdapat dalam slogan iklan. Data yang saya ambil adalah slogan iklan yang mengandung *Block Language* didalamnya. Sumber data yang saya ambil berasal dari slogan iklan di berbagai majalah.

Dasar teori yang saya gunakan adalah Pragmatik. Pragmatik adalah ilmu yang lebih yang terfokus pada arti sebuah kalimat. Ilmu ini menekankan bahwa konteks dibutuhkan untuk mengartikan sesuatu, termasuk slogan iklan.

Saya menganalisis ciri khas masalah tiap-tiap slogan iklan tersebut. Saya juga menganalisis bagaimana konteks dapat mendukung ketika kita menginterpretasikan sebuah slogan iklan. Untuk menginterpretasikan slogan iklan dibutuhkan konteks. Konteks bisa merupakan gambar (gambar produk tersebut, botol, model dll.) at situasi keseluruhan dalam sebuah iklan.

Saya menemukan bahwa slogan iklan yang mengandung *Block Language* bisa dimengerti dengan adanya konteks. Konteks memperjelas maksud dari slogan tersebut. Jadi walaupun tanpa subjek, predikat atau kata penghubung pun, slogan tetap bisa mewakili iklan.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS	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	5
Organization of the Thesis	5
CHAPTER TWO : THEORETICAL FRAMEWORK	6
CHAPTER THREE: ANALYSIS OF THE CONTEXTUAL MEANING OF BLOCK LANGUAGE IN ADVERTISEMENT SLOGANS	10
CHAPTER FOUR : CONCLUSION	21
BIBLIOGRAPHY	26
APPENDICES	27