

Implicature in The Slogan of Sport Shoes Advertisements

A Thesis

***Submitted in Partial Fulfillment to the Requirement for the
Degree of Sarjana Humaniora***



Ifdhal Hafiz

1110733019

Pembimbing 1 : Dra. Lucy Suraiya, M.A

Pembimbing 2 : Ayumi, SS, M.hum

English Department

Faculty of Humanities-Andalas University

Padang

2017

ABSTRAK

Skripsi ini adalah kajian tentang makna dari slogan berbahasa Inggris yang dibuat oleh perusahaan dengan menggunakan teori implikatur. Implikatur adalah teori yang membahas tentang maksud lain dari slogan, adanya bentuk-bentuk elemen penting dalam implikatur adalah konteks dan semua bentuk gambar yang ada dalam iklan. Iklan yang diambil adalah 10 merk iklan sepatu olahraga terlaris di dunia dari tahun 2015 hingga 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna tersirat yang terdapat dalam slogan berbahasa Inggris di iklan sepatu olahraga tersebut.

Data yang diambil sebanyak 10 data yang diambil dari situs internet dengan merek yang berbeda dan terdaftar sebagai 10 merk sepatu olahraga yang terkenal di dunia dengan penjualan melalui cara pengiklanan. Pengumpulan data, dilakukan dengan metode simak dengan teknik lihat dan catat. Data kemudian dianalisis menggunakan teori padan pragmatik (Sudaryanto, 1993). Teori yang digunakan untuk analisis data adalah yang dikemukakan oleh Grice (1968) dan Yule (1996) sebagai referensi konteks.

Secara umum terdapat implikatur di setiap slogan sepatu olahraga yang memiliki tujuan atau maksud yang sama yaitu sebagai salah satu kebutuhan konsumen untuk menunjang aktivitas mereka dalam aktivitas olahraga. Dari 10 merk terkenal ini terdapat makna secara implisit yaitu terdapat 3 sepatu yang menunjang kecepatan, (Nike, Puma, Under dan Armour,), 1 keseimbangan dan kenyamanan (Adidas, Umbro, Asics, Inov8, Pearl Izumi, New Balance, Reebok, dan Umbro),

Kata kunci:Sepatu olahraga, kecepatan, kenyamanan, keseimbangan, tenaga, dan implicature.