

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan (1) pemanfaatan aspek kebahasaan dan (2) jenis-jenis tindak tutur yang terdapat dalam slogan nama dagang di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif karena menggunakan data yang berupa tulisan kemudian mendeskripsikan hasil analisis data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah slogan nama dagang yang diambil dari papan stan dan spanduk di sepanjang jalan Bantul, Sleman, dan Kota Yogyakarta. Data diambil mulai 16 November 2019 sampai 5 Desember 2019. Populasi data berjumlah 102 buah dan sampel data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 63 buah. Proses penyediaan data menggunakan metode simak dan teknik catat. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara memotret papan stan atau spanduk yang mengandung slogan nama dagang dengan kamera *smartphone*. Selanjutnya, data tersebut dipindahkan ke komputer untuk ditranskripsikan dan diklasifikasikan. Data yang sudah terkumpul pada penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan metode padan. Hasil dari penelitian ini disajikan dengan metode informal dan formal, yaitu penjelasan dan keterangan-keterangan yang mudah dipahami oleh pembaca dan disajikan dengan menggunakan tabel. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan aspek kebahasaan dalam slogan nama dagang di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang paling banyak ditemukan adalah aliterasi sebanyak 37,00 % dan ragam informal yang berupa campur kode bahasa Jawa sebanyak 38,70%. Selain itu, tindak tutur tidak langsung juga paling banyak ditemukan dengan persentase 52,40%.

Kata kunci: tindak tutur, slogan, nama dagang, jenis

ABSTRACT

This research aims to elaborate (1) use of linguistic aspects and (2) types of speech acts contained in trademark slogans in the Special Region of Yogyakarta. This descriptive qualitative research uses written form of data then describes the data analysis result. The data that was used in this research is trade name slogans from stand boards and banners along the way to Bantul, Sleman, and Yogyakarta City. Data was taken from November 16th 2019 until December 5th 2019. Data population amount is 102 and the data sample that was used is 63. Data provision process used observation method and note technique. This research's data was obtained by taking pictures of stand boards and banners which contain trade name slogans using smartphone camera. Furthermore, that data was moved to the computer to be transcribed and classified. Data that had been collected in this research then analyzed using an equivalent method. The result from this research is presented in informal and formal methods, using explanation and information in tables that is easy to understand by the reader. The results of the study indicate that the most common use of linguistic aspects in trade name slogans in the Special Region of Yogyakarta Province is alliteration as much as 37.00% and invormal variety in the form of mixed Javanese code as much as 38,70%. In addition, indirect speech acts are also the most common with a percentage of 52,40%.

Keyword: speech act, slogan, trademark, type