

SLOGAN BERBAHASA INGGRIS PERGURUAN-PERGURUAN TINGGI DI YOGYAKARTA ANALISIS SOSIOSEMANTIK

Oleh
Siti Nur Khasanah Fatmawati

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai penggunaan slogan berbahasa Inggris dalam profil perguruan tinggi di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bentuk dan karakteristik serta makna slogan berbahasa Inggris dalam profil perguruan tinggi di Yogyakarta. Objek penelitian ini adalah slogan berbahasa Inggris perguruan-perguruan tinggi yang secara literal ada dalam profil lembaga perguruan tinggi pada brosur, papan reklame, maupun website perguruan tinggi. Teori yang digunakan adalah sosiosemantik yang difokuskan pada bentuk, makna, dan maksud penggunaan slogan perguruan tinggi tersebut. Terkait dengan metode, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode simak dan metode cakap.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk slogan berbahasa Inggris perguruan-perguruan tinggi di Yogyakarta adalah kalimat, klausa, dan frasa dengan karakteristik slogan meliputi: (1) pendek dan ringkas, (2) jelas, (3) orisinal, (4) spesifik, dan (5) informatif. Sementara itu, makna slogan berbahasa Inggris perguruan-perguruan tinggi di Yogyakarta meliputi makna konotatif, makna sosial, makna afektif, makna kolokatif, makna reflektif, dan makna tematik. Terkait dengan tujuannya, penggunaan slogan berbahasa Inggris di Yogyakarta bermaksud untuk meningkatkan daya saing global, mendeskripsikan identitas perguruan tinggi, dan *branding* perguruan tinggi. Untuk mencapai tujuannya, terdapat beberapa implementasi slogan di perguruan tinggi yang mencakup pengaruh dan implementasi secara mental, intelektual, dan fisik.

Kata kunci : slogan perguruan tinggi, bahasa Inggris, sosiosemantik, karakteristik dan makna

ENGLISH UNIVERSITY SLOGANS IN YOGYAKARTA A SOCIO-SEMANTIC ANALYSIS

By
Siti Nur Khasanah Fatmawati

ABSTRACT

This research is about the use of English slogans in the university profiles in Yogyakarta. The research aims to describe the form, the characteristics, and the meaning of English slogans in the university profiles in Yogyakarta. The object of this research is English slogans which are literally written in the university profile in Yogyakarta published in brochure, advertisement board, and university website. The theoretical review for this research is based on socio-semantic approach focusing on the form, meaning and purpose of using English slogans. This research is a descriptive qualitative research. For collecting the data, observation and interview was conducted.

The results of the research show that there are three forms of English university slogans, i.e. sentence, clause, and phrase. The characteristics of these slogans are: (1) short and brief, (2) clear, (3) original, (4) specific, and (5) informative. Related to the meaning, English university slogans contain connotative meaning, social meaning, affective meaning, collocative meaning, reflective meaning, and thematic meaning. For the goal, the use of English slogans aims to enhance the global competitiveness of the university, to describe the identity of the university, and to support university branding. The implementation of slogans can be seen through the universities and the students. They are implemented mentally, intellectually, and physically.

Kata kunci : university slogans, English, socio-semantic, characteristics and meaning