

ANALISIS LINGUISTIK TERHADAP SLOGAN BERBAHASA INGGIS DALAM IKLAN TELEVISI NASIONAL

Oleh
Asmiar Kasim

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang Analisis Linguistik terhadap Slogan Berbahasa Inggris yang terdapat dalam Iklan di 13 stasiun TV swasta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan ciri kebahasaan dalam slogan yang meliputi fonologi, sintaksis, dan semantik serta dalam lingkup pragmatik yang meliputi pelanggaran dan kepatuhan pada prinsip kerjasama. Objek pada kajian ini adalah 325 slogan iklan yang terdapat dalam produk makanan dan minuman, produk rokok, produk perawatan tubuh dan kosmetik, produk elektronik dan produk otomotif.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ritme adalah teknik permainan bunyi yang paling sering digunakan oleh pengiklan dalam slogannya. Fitur prosodi yang terdapat dalam ritme dapat menciptakan efek emosional yang membuat slogan lebih mudah diingat, dalam lingkup sintaksis, struktur slogan meliputi kata, frasa dan klausa, dimana nomina adalah kelas kata dengan frekuensi terbanyak yang ditemukan dalam slogan, begitu pula pada tataran frasa dimana frasa nomina mendominasi dalam slogan iklan. Dalam tataran klausa, imperatif adalah jenis klausa yang paling diminati pengiklan karena daya persuasifnya yang lebih kuat dari klausa yang lainnya. Dalam lingkup semantik ditemukan 12 jenis gaya bahasa yang digunakan, namun hiperbola adalah yang paling mendominasi dikarenakan efek dramatisir yang dihasilkannya mampu menarik perhatian audiens. Dalam lingkup pragmatik didapati bahwa slogan lebih sering melanggar maksim dari pada mentaatinya, pelanggaran terbanyak yaitu pada maksim kuantitas, dimana pengiklan cenderung berlebihan dan tidak informatif dalam memberikan informasi terkait produk sehingga terkesan menipu audiens. Pada dasarnya semua hal tersebut dilakukan oleh pengiklan sebagai strategi untuk mendapatkan atensi dari konsumen yang menjadi sasarannya, termasuk dengan penggunaan bahasa Inggris.

Kata kunci : Slogan iklan berbahasa Inggris, Analisis Linguistik, Iklan Televisi Nasional

LINGUISTIC ANALYSIS OF ENGLISH SLOGANS IN NATIONAL TELEVISION ADVERTISING

Oleh
Asmiar Kasim

ABSTRACT

This research discusses the Linguistic Analysis of English Language Slogans found in National Television Ads such as RCTI, SCTV, TRANS TV, MNC TV, ANTV, INDOSIAR, TRANS 7, METRO TV, GLOBAL TV, GTV, TV ONE, and NET TV. The purpose of this study is to explain the characteristics of language in slogans, which include phonology, syntax, and semantics, as well as in the pragmatic scope, which includes violations and adherence to the principles of cooperation. The objects in this study are 325 advertising slogans that found in food and beverage products, cigarette products, body care and cosmetics products, electronics, and automotive products.

The result of the research shows that rhythm is the sound technique that is used most often by advertisers in their slogans. The prosody features contained in rhythm can create an emotional effect that makes slogans easier to remember. In the context of syntax, the structure of the slogan consists of words, phrases, and clauses, where nouns place the highest frequency found in the tagline, as well as at the phrase level where noun phrases dominate in advertising slogans. At the clause level, the imperative is the type of clause that advertisers love the most because of its stronger persuasiveness than other clauses. In the semantic scope, 12 types of figurative language have found, but hyperbole is the most dominant because of the dramatic effect it produces can attract the attention of the audiences. In the pragmatic scope, it shows that slogans violated maxims more often than obeyed them. Most violations are in quantity maxims. The advertisers tended to be excessive and uninformative in providing information related to products. So that they seemed to deceive the audience. Advertisers do all these things as a strategy to get the attention of the targeted consumers, including the use of English.

Keywords: English advertising slogan, Linguistic Analysis, National Television Advertising