



Repetitive Sound Patterns in Apple Inc. Products' Slogans

Abstract

This undergraduate thesis aims studying the usage of repetitive sound patterns that can be found in Apple inc. products' slogans published since March 2010 up to September 2014 and interpreting their possible meanings. In the analysis, the researcher found the repetitive sound patterns which are alliteration, assonance, consonance, and the combinations of alliteration and assonance, alliteration and consonance, assonance and consonance, and alliteration, assonance, and consonance. The result of the analysis shows that the identified slogans using the repetitive sound patterns are 54 slogans of 82 slogans from the data. The most used repetitive sound patterns in the data is consonance in 42 slogans, followed by the combinations in 37 slogans, alliteration in 36 slogans, and assonance in 26 slogans. Besides that, the analysis using the schema and context theory of the possible meanings of the slogans is also being discussed in this paper. In addition, the diction in the way advertisers made the slogans have a relation to the possible meanings of the slogans which tend to introduce the specifications or the advantages of the products.

Keywords: stylistics, repetitive, sound patterns, slogans, Apple inc.



Pola-pola Suara Berulang di Slogan Produk-produk Apple Inc.

Intisari

Skripsi ini bertujuan mempelajari penggunaan pola suara berulang yang dapat ditemukan di slogan produk-produk Apple inc. yang diterbitkan sejak Maret 2010 sampai dengan September 2014 dan mencoba mencari tahu makna yang memungkinkan dari slogan-slogan tersebut. Pola-pola suara berulang tersebut adalah aliterasi, asonansi, harmoni, dan kombinasi antara aliterasi dan asonansi, aliterasi dan harmoni, asonansi dan harmoni, dan aliterasi, asonansi, dan harmoni. Hasil dari studi ini menunjukkan jumlah dari pola suara berulang yang digunakan di data. Sebanyak 54 dari 82 slogan terhitung menggunakan pola suara berulang. Pola suara berulang yang paling banyak dipakai adalah harmoni di 42 slogan, diikuti oleh kombinasi di 37 slogan, aliterasi di 36 slogan, dan asonansi di 26 slogan. Selain itu, analisis dengan menggunakan teori skema dan konteks dari makna yang memungkinkan dari slogan-slogan tersebut juga didiskusikan dalam makalah ini. Penggunaan kata dalam pembuatan slogan oleh pengiklan memiliki sebuah keterkaitan dengan makna yang memungkinkan dari slogan-slogan tersebut yang cenderung digunakan untuk memperkenalkan spesifikasi atau manfaat dari produk-produk tersebut.

Kata kunci: gaya bahasa, berulang, pola suara, slogan, Apple inc.