

**The Flouting of Conversational Maxims in Make-up Advertisements
found in *People StyleWatch* Magazine**



By:

Fifi Rania Maulida

12/334895/SA/16495

an Undergraduate Thesis

**Submitted to the Board of Examiners
in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Undergraduate Degree in the English Department**

Faculty of Cultural Sciences

Universitas Gadjah Mada

Yogyakarta

2016

**Pengabaian Maksim-Maksim Konversasional dalam Iklan-Iklan
Make-up di Majalah *People StyleWatch***



Oleh:

Fifi Rania Maulida

12/334895/SA/16495

Skripsi ini diajukan kepada

Panitia Ujian Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar

Sarjana S1 dalam Ilmu Sastra

Tahun 2016