

ABSTRACT

This research attempts to identify the type of illocutionary act used in airline slogans taken from online airlines advertisements and investigate the most dominant illocutionary acts used by the company. The data collected in this research are from the online advertisement taken from November 2015 until January 2016. The result of the research shows that four types of illocutionary acts are carried by slogan in airlines advertisement. They are directives, expressives, commissives and assertives with three patterns of illocutionary act; Assertive entails expressive, commissive entails expressive and directive entails expressive. Based on the findings, the most dominant illocutionary acts used is assertive illocutionary act with 70% of 40 sample data. Claiming is an assertive illocutionary act that is used frequently by the companies. This is due to the main aim of advertising, persuading people. No declarative illocutionary act has been found in the 40 data since it is hard to fill the mode of achievement of a declarative in online advertising which is changing the hearer status.

Keywords: illocutionary acts, types, patterns, slogans

INTISARI

Skripsi ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis tindak ilokusi yang digunakan di slogan dalam periklanan *online* maskapai penerbangan dan menganalisis jenis tindak ilokusi yang sering digunakan oleh perusahaan penerbangan dalam slogan mereka. Skripsi ini memperoleh data dari berbagai macam iklan *online* yang menampilkan iklan maskapai penerbangan dari bulan November 2015 sampai January 2016. Hasil dari skripsi ini menunjukkan bahwa ada empat jenis tindak ilokusi yang terkandung dalam iklan *online* maskapai penerbangan dengan empat macam pola, yaitu: Assertif membawa ekspresif, komisif membawa ekspresif dan direktif membawa ekspresif. Berdasarkan temuan tersebut, tindak ilokusi yang paling sering digunakan adalah assertif dengan presentase 70% dari 40 data. Klaim adalah tindak ilokusi assertif yang sering digunakan oleh perusahaan dikarenakan tujuan utama periklanan adalah untuk membujuk calon pelanggan. Tidak ditemukan jenis deklaratif dari 40 data yang terkumpul dikarenakan sangat sulit untuk memenuhi syarat terciptanya keadaan tindak ilokusi deklaratif dalam dunia periklanan *online* yaitu mengubah keadaan status pendengar.

Kata kunci: tindak ilokusi, jenis, pola, slogan