

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Analisis Sintaktis dan Semantis pada Slogan Perusahaan Maskapai Penerbangan di Negara ASEAN*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan slogan perusahaan maskapai penerbangan secara sintaktis dan semantis. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Sumber data diperoleh dari situs web resmi berbagai macam perusahaan penerbangan di negara ASEAN dan ada pula yang diperoleh dari situs web *Wikipedia* karena dari situs web tersebut sudah tercantum slogan dalam bentuk tabel yang mencakup profil perusahaan maskapai penerbangan. Teori yang digunakan untuk menganalisis data slogan secara sintaktis adalah teori O’Grady (1993), Kies (1995), dan Azar (2002), sedangkan teori untuk menganalisis secara semantis menggunakan teori Downing (2006) dan Hurford (2007). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga tataran sintaktis pada data slogan perusahaan maskapai penerbangan, yaitu tataran sintaktis kata (*word*) 3 data, frasa (*phrase*) 22 data, dan klausa (*clause*) 5 data. Kemudian secara semantis terdapat tiga jenis makna pada data slogan perusahaan maskapai penerbangan, yaitu makna literal 12 data, makna semi-idiomatis 14 data, dan makna idiomatis 4 data.

Kata kunci: slogan, tataran sintaktis kata (*word*), frasa (*phrase*), klausa (*clause*), makna literal, makna semi-idiomatis, makna idiomatis

Abstract

This research entitled “Analisis Sintaksis dan Semantis pada Slogan Perusahaan Maskapai Penerbangan di Negara ASEAN”. The purpose of this research is to analyze and describe the slogan of airline companies syntactically and semantically. The method used is descriptive method. The data sources are obtained from the official website of various airline companies in ASEAN countries and some are obtained from the Wikipedia website because the slogan is already listed in the form of a table that includes profiles of airline companies. The theory used to analyze slogan data syntactically are theory of O’Grady (1993), Kies (1995), and Azar (2002), while the theory to analyze semantically uses theory of Downing (2006) and Hurford (2007). The results of this research indicate that there are three syntactic level on the slogan of airline companies, namely syntactic level word 3 data, phrase 22 data, and clause 5 data. Semantically there are three types of meanings on the slogan of airline companies, namely literal meaning 12 data, semi-idiomatic meaning 14 data, and idiomatic meaning 4 data.

Keywords: slogan, syntactic level word, phrase, clause, literal meaning, semi-idiomatic meaning, idiomatic meaning