

Skripsi ini berjudul Analisis Struktur dan Makna Slogan Bahasa Inggris pada Dua Puluh Slogan Maskapai Penerbangan. Objek dari penelitian ini adalah struktur dan makna dari slogan maskapai penerbangan.

Data diambil dari buku iklan "Yellow Pages" dan juga dari situs www.google.com dengan subjek pencarian maskapai penerbangan. Metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode deskriptif analisis dengan menggunakan studi kepustakaan (*library research*). Metode deskriptif analisis merupakan metode penelitian untuk pertama membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian kemudian menganalisisnya sehingga metode ini bertujuan mengadakan akumulasi data dasar dan meneliti masalah-masalah secara mendalam dalam segala tindakan. Disamping itu juga menggunakan metode komparatif dengan membandingkan struktur slogan yang digunakan maskapai penerbangan dalam negeri dengan maskapai penerbangan luar negeri.

Hasil analisis yang telah dilakukan penulis berdasarkan teori menunjukkan bahwa dari dua puluh maskapai penerbangan, sebanyak dua belas (12) slogan menggunakan ellipsis atau sebesar 60%. Empat (4) slogan yang menggunakan substitusi atau sebesar 20%. Terdapat empat (4) slogan yang ditulis dalam bentuk kalimat atau sebesar 20% dan tidak ada sama sekali slogan yang menggunakan transposisi.

Dari segi penggunaan makna terdapat sebelas (11) maskapai penerbangan yang menggunakan literal meaning atau sebesar 55%. Sedangkan yang menggunakan non literal meaning (konotasi) sebanyak sembilan (9) maskapai penerbangan atau sebesar 45%. Penggunaan unsur *personal pronoun* (pronomina personal) didominasi oleh kata *we, you, us*.

Sebagian besar slogan berbentuk frasa, hal ini dapat dimaklumi karena kembali kepada sifat slogan yang singkat, padat, jelas. Esensi dari sebuah slogan adalah mengandung persuasi.

ABSTRACT

The title of this thesis is Analysis of The Structure and Meaning for Twenty Airlines Slogan in English. The object of this thesis is structure and meaning of the slogan.

The data are taken from the advertisement book "Yellow Pages" and from www.google.com **with airlines as the subject. The research is based** on the descriptive analysis method. The method is done by library research. The descriptive analysis method is the method that make an outline of a situation and then analyze them. The purpose this method is to accumulate the data and analyze the problems. This thesis also use comparative method. This method is compare the slogan's structure between domestic airlines with board airlines.

The result of the analysis shows that from twenty (20) airlines slogan, there are twelve (12) airlines that use ellipsis or about 60%. There are four (4) airlines that use substitution or about 20%. There are four (4) airlines that use sentence as their slogan or about 20% but no one uses transposition on their slogan.

The data divided into literal and non literal meaning. There are eleven (11) airlines that use literal meaning or about 55% and then, there are nine (9) that use non literal meaning or about 45%

The using of personal pronoun is dominated by we, you, and us

The using of phrase dominates the slogan, the essence of the slogan is trying to persuade people.

KATA PENGANTAR