

ABSTRACT

Reja Permana. 1165030160. Speech Function in Tagline of Fast Food Restaurant. An Undergraduate Thesis. English Department. Faculty of Adab and Humanities. Sunan Gunung Djati State Islamic University. Supervisors: 1. Dr. H. Yuyun Nurulaen, M.Si. ; 2. Ika Yatmiksari, S.S., M.Pd.

A tagline is a clause or phrase of no more than seven words that appears in a logo or brand designed to appeal to a specific audience segment. As a result, the tagline can be inferred to be a clause used to draw customers' attention. It means that the tagline clause makes a strong impact on the marketing target and influences the business. The goal of this study is to examine the speech function of each tagline used in every fast food restaurant where English is the primary language, and to identify mood types as a distinct feature in the clause of fast food advertising taglines. For analyzing this research problem, the researcher used M.A.K Halliday theory to find the type of mood and how the speech function realized. This research used qualitative method analysis, which emphasizes a deeper understanding of the problem. The researcher used content analyzing method with sentences as the results, to explain the speech function that occurred in the advertisement tagline. The implementation of the speaker's speech function was the subject of qualitative analysis. The document analysis technique was used to collect data for this research, because the data source of this research is taken from the text of tagline. The data were analyzed by identifying every clause of fast food advertising tagline, analyzing the mood element, classifying the mood elements within the clause, analyzing the function of speech, and making conclusion of the analysis. The results show that there were four types of speech function which exist in the tagline of fast food restaurant advertisement, namely statement, question, offer, and command, and there are three types of mood, namely declarative, interrogative, and imperative. From 37 data, there are; 17 statements are realized by declarative, 1 question is realized by interrogative, 5 offers are realized by declarative, and 14 commands are realized by imperative.

Keyword: Mood Types, Speech Function, Tagline

ABSTRAK

Reja Permana. 1165030160. Speech Function in Tagline of Fast Food Restaurant. An Undergraduate Thesis. English Department. Faculty of Adab and Humanities. Sunan Gunung Djati State Islamic University. Supervisors: 1. Dr. H. Yuyun Nurulaen, M.Si. ; 2. Ika Yatmiksari, S.S., M.Pd.

Tagline adalah klausa atau frasa yang tidak lebih dari tujuh kata yang muncul di logo atau merek yang dirancang untuk menarik segmen audiens tertentu. Alhasil, tagline tersebut bisa disimpulkan menjadi klausa yang digunakan untuk menarik perhatian pelanggan. Artinya, tagline memberikan pengaruh yang kuat pada target pemasaran dan mempengaruhi bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji fungsi tuturan dari setiap tagline yang digunakan di setiap tagline pada restoran cepat saji yang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa utamanya, dan untuk mengidentifikasi jenis mood pada klausa tagline makanan cepat saji. Untuk menganalisis masalah penelitian ini, peneliti menggunakan teori M.A.K Halliday untuk menemukan tipe mood dan bagaimana fungsi tuturan direalisasikan. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang menekankan pemahaman lebih dalam tentang permasalahan dalam penelitian. Peneliti menggunakan metode dokumen analisis dengan hasil berupa kalimat, untuk menjelaskan fungsi tuturan yang terjadi pada tagline setiap iklan. Implementasi fungsi tuturan pembicara adalah subjek analisis kualitatif. Teknik analisis dokumen digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini karena sumber data dalam penelitian ini berupa teks. Data yang didapat kemudian dianalisis dengan mengidentifikasi setiap klausa pada tagline iklan restoran makanan cepat saji, menganalisis unsur mood, mengklasifikasikan unsur mood dalam klausa, menganalisis fungsi tuturan, dan membuat kesimpulan dari analisis. Hasil menunjukkan bahwa terdapat empat jenis fungsi tuturan yang terdapat pada tagline iklan restoran cepat saji, yaitu statement, question dan command, juga terdapat tiga jenis mood yaitu declarative, interrogative, dan imperative. Dari 37 data, terdapat; 17 pernyataan yang direalisasikan dengan declarative, 1 pertanyaan yang direalisasikan dengan interrogative, 5 tawaran yang direalisasikan dengan declarative, dan 14 perintah direalisasikan dengan imperative.

Kata Kunci: Mood Types, Speech Function, Tagline