

## ABSTRACT

**Risa Nabila. 1195030197. *Illocutionary Acts in the Slogans of Selected Laptop Advertisements*. An Undergraduate Thesis. English Literature, Faculty of Adab and Humanities, State Islamic University of Sunan Gunung Djati. Advisors: 1. Mrs. Tenny Sudjatnika, M.Ag.; 2. Mrs. Dian Budiarti, S.Pd., M.A.**

Advertisement is a form of communication that has a certain message that aims to persuade and attract consumer interest. In this case, the slogan is one way to make consumers interested in buying the advertised product. This research focuses on the types and purposes of illocutionary acts in selected laptop advertising slogans. The formulation of this research problem is made in two questions: (1) What are the types of illocutionary acts in the slogan of selected laptop advertisements? (2) What are the purposes of the slogan of selected laptop advertisements? To answer the research questions, this research uses Searle's (1976) theory. The method used in this research is a qualitative descriptive method, the data were taken from the websites of various slogans. Based on the results of the data analysis found, there are 30 slogan data which can be divided into three types of illocutionary acts, namely representative, commissive and directive. There are 7 slogans of the representative type, 17 commissives, 6 directives, and there is no data indicating the expressive or declarative type. The illocutionary meaning of the selected laptop advertising slogan has a message of promising quality, emphasizing the use of the product and inviting consideration so that consumers buy the product.

**Keywords:** illocutionary act, advertisement, slogan, laptop

## ABSTRAK

**Risa Nabila. 1195030197. *Illocutionary Acts in the Slogans of Selected Laptop Advertisements*. Skripsi. Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. Pembimbing: 1. Mrs. Tenny Sudjatnika, M.Ag.; 2. Mrs. Dian Budiarti, S.Pd., M.A.**

Iklan merupakan sebuah bentuk komunikasi yang mempunyai pesan tertentu yang bertujuan untuk membujuk dan menarik minat konsumen. Dalam hal ini, slogan adalah salah satu cara untuk membuat konsumen tertarik membeli produk yang diiklankan. Penelitian ini berfokus pada jenis-jenis dan tujuan tindak ilokusi dalam slogan iklan laptop yang dipilih. Rumusan masalah penelitian ini dibuat dalam dua pertanyaan: (1) Apa saja jenis-jenis tindak ilokusi dalam slogan iklan laptop yang dipilih? (2) Apa tujuan dari slogan iklan laptop yang dipilih? Untuk menjawab pertanyaan penelitian, penelitian ini menggunakan teori Searle (1976). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, datanya diambil dari website berbagai macam slogan. Berdasarkan hasil analisis data yang ditemukan, terdapat 30 data slogan yang dapat dibedakan menjadi tiga jenis tindak ilokusi, yaitu representatif, komisif, dan direktif. Terdapat 7 slogan jenis representative, 17 komisif, 6 direktif, dan tidak ada data yang menunjukkan jenis ekspresif maupun deklaratif. Makna ilokusi pada slogan iklan laptop yang dipilih mempunyai pesan untuk menjanjikan kualitas, menegaskan penggunaan produk dan ajakan pertimbangan agar konsumen membeli produk tersebut.

**Kata Kunci:** tindak ilokusi, iklan, slogan, laptop