

ABSTRAK

Resky Arvianto. 2017. *Praanggapan pada slogan iklan kendaraan surat kabar Tribun Timur*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar di bimbing oleh Ramly, dengan Anzar.

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan praanggapan yang muncul pada slogan iklan “kendaraan” Surat Kabar Tribun Timur dan menganalisis makna pada praanggapan slogan iklan “kendaraan” Surat Tribun Timur edisi 1-10 Juli 2017.

Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif Objek yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah praanggapan pada slogan iklan “kendaraan” Surat Tribun Timur edisi 1-10 Juli 2017. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data tertulis berupa kata-kata atau slogan iklan kendaraan pada wacana yang berupa praanggapan pada slogan iklan “kendaraan” Surat Tribun Timur. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak dengan teknik catat. Metode analisis data yang digunakan adalah metode agih.

Hasil penelitian dalam penelitian ini menegaskan bahwa dari 10 data slogan iklan diperoleh 16 praanggapan yang terdiri dari lima jenis praanggapan. Sesuai data surat kabar Tribun Titmur edisi 1-10 Juli 2017 ditemukan 4 data praanggapan eksistensial, 3 data praanggapan faktif, 4 data praanggapan leksikal, 4 data praanggapan structural, dan 1 data praanggapan konterfaktual. Dari kelima jenis praanggapan yang paling sering muncul dalam slogan iklan “kendaraan” surat kabar Tribun Timur edisi 1-10 Juli 2017 yaitu praanggapan faktif. Hal ini disebabkan karena informasi yang ditampilkan dalam slogan iklan “kendaraan” merupakan informasi yang marak diberikan oleh media, sehingga masyarakat akan cenderung tahu bahwa apa yang disampaikan adalah kebenaran.

Kata kunci : *praanggapan, slogan iklan kendaraan.*

DAFTAR PUSTAKA

Astrid S. Susanto. 1977. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Bandung : Binacipta.

Givon . 1979.*Deiksis Dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Balai Pustaka.

Harahap, Nurhaida. 2008. *Analisis Pragmatik Wacana Iklan Surat Kabar*. Tesis pada

Sps USU : Tidak Diterbitkan.

Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen prikalanan konsep dan aplikasinya di Indonesia*.

Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta : Universitas Indonesia.

Lexi J, Moleong,2007. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Rmaja

Rosdakarya.

Liliweri,alo. 1992. *Dasar-dasar komunikasi prikalanan*. Bandung: PT Citra Aditya

Bakti.

Poerwadarminta. 1985. *Kamus Umum Bahasa Indonesia* .Jakarta: Balai pustaka.

Rustono. 1999. *Pokok-pokok Pragmatik*.Semarang: CV.IKIP Semarang Press.

Rendra Widyatama(2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book

Publisher.

- Shadly,Hassan.1982. *Ensiklopedi Indonesia jilid 3*. Jakarta : Ichtiar Baru-van Hoeve
- Susanto.1977.*Komunikasi Dalam Teori dan Praktek,Bina Cipta.Bandung*
- Ulfah ,maria (2008).*pembelajaran “cooperative learning” Alternatif Metode dalam*
- KBK.*
- Wijana, Dewa Putu. 1996. Dasar-dasar Pragmatik. Yogyakarta: ANDI.
- Yule G.2006. Pragmatik .Yogyakarta: Pustaka Pelajar.