

## ABSTRAK

**Ellis Nursita, 1209503057, *Sebuah Analisis yang Berkaitan dengan Makna Kata dalam Slogan Iklan Sepatu di Toko Online.***

**Pembimbing I, Drs. Irman Nurhapitudin, M.Hum., Pembimbing II, Cipto Wardoyo, S.Pd. M. Hum.**

Iklan merupakan sebuah bagian dari pengiriman pesan didalam komunikasi manusia, banyak cara untuk berkomunikasi seperti sebuah jenis produk menggunakan proses komunikasi secara lisan atau tidak secara lisan tergantung pada media yang digunakan. Slogan atau penamaan produk digunakan untuk memberikan informasi produk mereka kepada konsumen. Slogan selalu memiliki arti kata yang menggambarkan produknya. Studi tentang arti kata adalah salah satu hal penting dalam bidang linguistic ketika kita meneliti tentang arti kata atau arti kalimat,. Karena itu peneliti mengajukan dua pertanyaan penelitian. Yaitu 1) Apa makna dari slogan iklan-iklan sepatu, dan 2) apa karakteristik yang dimiliki oleh sebuah slogan didalam iklan-iklan sepatu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Kindler (2002) tentang jenis-jenis makna, teori Riemer (2010) tentang makna kata, teori Hackley tentang periklanan, teori Foster (2001), dan juga teori lain untuk menganalisis data dan menemukan makna seperti makna kata.

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Metode ini memuat identifikasi, klasifikasi dan deskripsi dari data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kata-kata dari slogan iklan sepatu. Peneliti kemudian menganalisa dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 27 slogan yang telah dianalisis dengan menggunakan makna referansi dan denotasi, konotasi, hubungan arti, makna secara kamus dan sesuai dengan konteks. Peneliti juga menemukan ciri khas dari slogan seperti slogan itu sebaiknya memeberi kesan yang mengesankan, mengingatkan kembali produk, slogan yang sederhana, memiliki strategi, dan memberi kesan atau rasa positif yang mengacu pada produk.

Berdasarkan temuan itu, peneliti menyimpulkan bahwa setiap slogan biasanya memiliki arti atau makna dan cirri yang berbeda. Setiap iklan memiliki keunikan gambar yang memiliki hubungan dengan slogannya. Setiap slogan biasanya menggunakan ungkapan secara tidak langsung yang mendominasi dalam setiap iklan yang berarti tidak secara langsung memperlihatkan tujuan dari produk.