

Conversational maxims and violations in sariwangi advertisement atap bocor = Pelanggaran dan penerapan teori Maksim dalam iklan Sariwangi versi atap bocor

Nilam Pratiwi Kusumo Wardhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20369044&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan ini bertujuan untuk melihat dan menjabarkan lebih lanjut dalam pengidentifikasian penggunaan teori maksim Grice dalam iklan Sariwangi versi atap bocor apakah telah diaplikasikan secara baik atau tidak. Berdasarkan teori yang dibangun oleh Paul Grice, penulisan ini akan mendefinisikan berbagai macam tipe maksim yang ditemukan dalam suatu percakapan, mengidentifikasi pelanggaran, dan juga alasan mengapa percakapan tersebut dikategorikan sebagai maksim atau pun pelanggaran. Pada dasarnya, penerima akan mendapat pesan yang diberikan oleh penutur secara baik jika penutur mengaplikasikan aturan-aturan maksim dalam percakapannya. Sehingga, hal itu dapat meminimalisir pengertian yang ambigu atau membingungkan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam mempresentasikan korelasi antara teori dan data. Iklan Sariwangi versi atap bocor ini dipilih sebagai data yang akan dilampirkan dialog percakapannya. Dengan membaca penulisan ini secara lebih dalam, diharapkan penelitian ini akan menambah pengetahuan pembaca dalam membedakan dan mengaplikasikan aturan-aturan maksim. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan tiga pengaplikasian maksim dan juga dua pelanggaran yang dilakukan oleh penutur dalam iklan ini.

.....

This writing aims to see and elaborate more on identifying the use of Grice's conversational maxims on Sariwangi 'leaked roof' version TV advertisement, whether it has been adapted properly or not. Based on the theory which is conducted by Paul Grice, this writing will elaborate the type of maxims in each part of conversation, finding violation, and also proposing the reason why it is categorized. The way the receiver will get the purpose appropriately if the sender applies the rule of maxims or ambiguous meaning will occur if the sender violates the rule of maxims.

This research uses qualitative descriptive method to present the correlation between the theory and the data. Sariwangi 'leaked roof' version TV advertisement is selected as a data which the transcript of conversation will be included. By reading this finding thoroughly, it will enrich the readers' knowledge to distinguish and apply the rules of maxims. The results have been found that there are three maxims which are found including the two violations.