

## ABSTRAK

**Widyan Yusrina.** 2013. *Imperialisme dalam Iklan Berbahasa Inggris*. Skripsi, Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Imperialisme dapat terjadi di manapun tanpa harus menggunakan kekerasan. Imperialisme bisa terdapat dalam media yang dikonsumsi oleh masyarakat setiap hari. Majalah adalah salah satu media yang paling sering dibaca orang. Di dalam majalah terdapat iklan yang dapat mempengaruhi masyarakat dengan imperialisme secara tidak langsung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap adanya imperialisme dalam iklan di majalah berbahasa Inggris melalui penggunaan bahasa dan tata bahasa dalam teks-teksnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan Linguistik Fungsional Sistemik untuk mengidentifikasi makna ideologi dalam wacana serta diwujudkan dengan pilihan tata bahasa dan kata. Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana imperialisme ditampilkan dalam iklan berbahasa Inggris? Sumber data penelitian ini adalah 32 iklan dari 15 majalah berbahasa Inggris. Data penelitian ini adalah klausa yang terdapat dalam iklan di majalah berbahasa Inggris dari tahun 2008 sampai 2013. Klausa diambil dari teks iklan. Setelah melakukan analisis, ditemukan 310 klausa. Hasil temuan metafungsi menunjukkan bahwa proses material mendominasi klausa dengan 56%, diikuti dengan proses relational 35%, proses mental 5%, proses verbal 2%, proses eksistensial 1.5% dan proses behavioral 0.5%. Untuk partisipan, Aktor dan Range mendominasi jumlah partisipan secara keseluruhan sebesar 29% dan 17%. Lokasi tempat dan cara mendominasi jumlah sirkumstan sebesar 39% dan 28%. Deklaratif Mood dan Imperatif Mood mendominasi klausa dengan 83% dan 16%. Tekstual dan Topikal Theme mendominasi klausa dengan 88% dan 10%. Hasil interpretasi menunjukkan bahwa, dalam iklan tersebut imperialisme berhubungan dengan masalah ekonomi, politik, komunikasi, militer, dan budaya. Dalam Imperialisme ekonomi, terdapat pertukaran antara bahan mentah dan pengolahan bahan tersebut menjadi bahan komersil. Dalam imperialisme politik terdapat nama Negara besar dan istilah tertentu yang dapat menarik perhatian pembaca, namun mereka tidak tahu bahwa dalam iklan tersebut terdapat imperialisme. Imperialisme militer jelas terlihat dalam iklan karena banyak perusahaan yang membuat senjata yang menunjukkan bahwa kemungkinan terjadi perang masih ada. Imperialisme komunikasi menunjukkan adanya peristiwa yang dialami suatu Negara dan dijadikan bahan berita untuk keuntungan sebuah perusahaan. Dan imperialisme budaya menunjukkan adanya hubungan pengajar dan yang pelajar dalam lingkup yang lebih luas.

**Kata kunci:** imperialisme, linguistik fungsional sistemik, metafungsi

## ABSTRACT

**Widyan Yusrina.** 2013. *Imperialism in English Advertisement*. Skripsi, Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Imperialism can occur anywhere without violence. Imperialism is placed in many kinds of media that is consumed by people everyday. Magazine is one of printed media that many people often read. In magazine, there is advertisement that can influence society with imperialism implicitly. The objective of this study is to investigate the imperialism shown in English advertisement through the use of language and grammar in the texts. This study employed Systemic Functional Linguistics approach, an analysis to identify the meaning of ideology in discourse and realized with grammar and word choice. This study is intended to answer the research question of how is imperialism shown in English advertisement? Data sources of this study are 32 advertisements from 15 English magazines. After conducting the analysis, it was found 310 clauses. Data of this research are clauses consisted in the English advertisement in English magazine from 2008 until 2013. Clauses are taken from advertisement texts. The result of Metafunction analysis indicates that the material process dominated the clauses with 56%, followed by 35% relational processes, mental processes 5%, verbal processes 2%, behavioral processes 0.5%, and existential processes 1.5%. For participants, Actor and Ranged dominated the overall number of participants by 29% and 17%. Location of place and means dominated the number of circumstances with 39% and 28%. Declarative and Imperative Mood dominated the clauses with 83% and 16%. Textual and Topical Theme dominated the clauses with 88% and 10%. Interpretation made from the findings shows that in the advertisements, imperialism is related to economic, political, communication, military, and cultural matters. In economic imperialism contained the exchange between the raw materials and the processing of these materials into commercial products. In political imperialism contained the name of the country and certain term that can attract the attention of the reader. However, readers don't know that there is political imperialism in the advertisement. Military imperialism is clearly visible in the advertisements because many companies produce weapons that indicate the possibility of war. Communication imperialism indicates events experienced by particular nation and used as news for companies profit. And cultural imperialism shows a relationship of teachers and learners in broader setting.

**Key words:** imperialism, systemic functional linguistics, metafunctions