

# IMPERIALISM IN ENGLISH ADVERTISEMENT



Widyan Yusrina

2225096299

*A Skripsi* Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of “Sarjana Sastra”

ENGLISH DEPARTMENT  
FACULTY OF LANGUAGES AND ARTS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Juli 2013

## **LEMBAR PENGESAHAN**

### **Skripsi ini diajukan oleh**

Nama : Widyan Yusrina  
No. Reg. : 2225096299  
Program Studi : Sastra Inggris  
Jurusan : Bahasa dan Sastra Inggris  
Fakultas : Bahasa dan Seni  
Judul Skripsi :

### **IMPERIALISM IN ENGLISH ADVERTISEMENT**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji, dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta.

### **DEWAN PENGUJI**

Pembimbing

Ketua Penguji

**Ifan Iskandar, M. Hum.**  
**NIP. 197205141999031003**

**Ati Sumiati, M. Hum.**  
**NIP. 197709182006042001**

Penguji Materi I

Penguji Methodologi II

**Aisah, M. Hum.**  
**NIP. 197709052010122001**

**Atikah Ruslianti, M. Hum.**  
**NIP. 197203242006042001**

Jakarta, 25 Juli 2013  
Dekan Fakultas Bahasa dan Seni

**Dr. Aceng Rahmat, M.Pd.**  
**NIP. 195712141990031001**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Widyan Yusrina  
No. Reg. : 2225096299  
Program Studi : Bahasa dan Sastra Inggris  
Jurusan : Bahasa dan Sastra Inggris  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Judul Skripsi:

*IMPERIALISM IN ENGLISH ADVERTISEMENT*

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta, apabila terbukti saya melakukan tindakan plagiat.

Demikian saya buat pernyataan ini dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2013

Widyan Yusrina

NIM. 2225096299

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Negeri Jakarta saya bertandatangan di bawah ini:

Nama : Widyan Yusrina

No. Reg. : 2225096299

Fakultas : Bahasa dan Seni

Jenis Karya : Skripsi

Judul : **IMPERIALISM IN ENGLISH ADVERTISEMENT**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-clusive Royalti Free Right) atas karya ilmiah saya. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lainnya untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal Juli 2013

Yang menyatakan,

Widyan Yusrina

NIM. 2225096299

## 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

## ACKNOWLEDGEMENT

In the name of Allah SWT, the Most Beneficent and the Most Merciful. Peace and blessing also upon the greatest prophet Muhammad SAW, his family and all of his followers including all of us. *Alhamdulillah*, this *skripsi* is finally complete. First, the writer would like to express her deepest gratitude to Allah SWT the Almighty for His grace and enormous blessing so the writer could finish the *skripsi* on time. Second, the writer would like to give her gratitude to the following people who have given a great contribution and support in the process of writing this *skripsi*:

1. Mr. Ifan Iskandar, M. Hum., as the *skripsi* advisor for his guidance, encouragement, and valuable advice from the very start until the writer finished writing her *skripsi*. May Allah SWT repay your kindness.
2. Mrs. Andriastuti and Mrs. Siti Wachidah for their generosity and lecture of Systemic Functional Linguistics.
3. All lecturers of English Department who have given the writer precious knowledge for the last four years.
4. Her beloved parents, Mr. Abdul Jamal and Mrs. Siti Julaiha, and her brother, M. Faris Naufal for their unending support, love and prayers.
5. Her comrade in battle field under the auspices of Mr. Ifan, Rahma Muhaimi, Harnum Dhea Masitha, Fani Rosna, Novalita, Akbar Wijayanti, Jessica, Raihana, Nabila, Nadia, and many more for always being so tough, strong and pleasant.
6. Ismiyatun Hasanah, S.S, Nurina Wijayanti, and Livia Nopika. Thank you for the support, laughter, and tears that we shared for the last four years.
7. Omega Yustriana, S.S, Aulia Meidiska, Yanti Herniati, S.S, Satriyo Wicaksono, M. Yudiansyah, Louise Monique, Alifia Retna Ningsih, Ita Safitri, Anindya Pangestika, Siti Maryam, and other English Department fellow mates for their help and kindness.
8. Cahya Nurrahman, thank you for the prayer and support. You know that Allah Almighty always be by your side.

May Allah SWT give them rewards, ease all their business, and bless their life.  
*Insyallah.*

Juli 2013  
WY

## TABLE OF CONTENT

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
ACKNOWLEDGEMENT.....	vii
TABLE OF CONTENT.....	viii
LIST OF TABLE.....	xii
LIST OF FIGURE.....	xiii
LIST OF CHART.....	xiv
CHAPTER I: INTRODUCTION.....	1
1.1 Background of the Study.....	1
1.2 Research Questions.....	4
1.3 Purpose of the Study.....	4
1.4 Scope of the Study.....	5
1.5 Significance of the Study.....	5
1.6 Previous Related Studies.....	6
CHAPTER II: LITERATURE REVIEW.....	7



2.1 Imperialism.....	7
2.2 Hegemony.....	13
2.3 Ideology in Discourse.....	16
2.4 Systemic Functional Grammar .....	28
2.5 Critical Discourse Analysis.....	20
2.6 Studies on Advertisement.....	22
2.7 Studies on Magazine.....	24
2.8 Theoretical Framework.....	25
CHAPTER III: METHODOLOGY.....	27
3.1 Research Method.....	27
3.2 Data .....	27
3.3 Data Source.....	28
3.4 Research Procedure.....	29
3. 4. 1 Data Collecting Procedures.....	29
3. 4. 2 Data Analysis Procedures.....	29
CHAPTER IV: FINDINGS AND DISCUSSION.....	31
4.1 Data Description.....	31
4.2 Findings.....	31
4.2.1 Ideational Meaning.....	32

4.2.1.1	Material Process.....	34
4.2.1.2	Relational Process.....	35
4.2.1.3	Mental Process.....	36
4.2.1.4	Verbal Process.....	36
4.2.1.5	Behavioral Process.....	37
4.2.1.6	Existential Process.....	38
4.2.2	Participants.....	38
4.2.3	Circumstances.....	39
4.2.4	Interpersonal Meaning (Mood).....	41
4.2.5	Textual Meaning (Theme).....	42
4.3	Discussion.....	42
4.3.1	Economic imperialism.....	42
4.3.1.1	Ideational Meaning.....	43
4.3.1.2	Interpersonal Meaning.....	46
4.3.1.3	Textual Meaning.....	47
4.3.2	Political Imperialism.....	48
4.3.2.1	Ideational Meaning.....	49
4.3.2.2	Interpersonal Meaning.....	50
4.3.2.3	Textual Meaning.....	51
4.3.3	Military Imperialism.....	52
4.3.3.1	Ideational Meaning.....	53
4.3.3.2	Interpersonal Meaning.....	54
4.3.3.2	Textual Meaning.....	54

4.3.4 Communication Imperialism.....	55
4.3.4.1 Ideational Meaning.....	56
4.3.4.2 Interpersonal Meaning.....	56
4.3.4.3 Textual Meaning.....	57
4.3.5 Cultural imperialism.....	57
4.3.5.1 Ideational Meaning.....	58
4.3.5.2 Interpersonal Meaning.....	59
4.3.5.3 Textual Meaning.....	66
4.4 Weaknesses.....	61
CHAPTER V: CONCLUSION AND SUGGESTION.....	62
5.1 Conclusions.....	62
5.2 Suggestion.....	65
REFERENCES.....	66
APPENDIXES.....	68

## LIST OF TABLES

Table 3.1 List of magazine .....	28
Table 4.2 The Total of Process Types Distribution.....	32
Table 4.3 The Total of Participants.....	39
Table 4.4 The Total of Circumstances.....	40

## LIST OF FIGURES

Figure 2.2 Conceptual Framework of the Dual Process of Great Advertising: Reaching Objective.....	33
---	----

## LIST OF CHART

Chart 4.2 The Total of Process Types Distribution .....	33
---	----