

CHAPITRE V CONCLUSION ET SUGESTION

A. Conclusion

Selon le résultat de la recherche présente dans la chapitre IV, les conclusions qui peut être tirées suivante :

1. Les types des phrases qui utilisé dans le slogan de la boisson en français et indonésien sont seulement la phrase déclarative et la phrase impérative. Pour la phrase déclarative on trouve la phrase déclarative dans la forme négative en français (le slogan de boisson sucrée *Trouc de Fou*) et en indonésien (slogan de boisson sucrée *Mizone* et slogan de Thé et café *White Coffee*). Le slogan de la boisson publicitaire en français et indonésien comprennent seulement la phrase déclarative et la phrase impérative parce que le slogan publicitaire est un message qui donner l'information, déclare l'opinion/la pensée (la phrase déclarative) pour inviter le consommateur achète son produit (la phrase impérative).

2. Les similarités entre le slogan de la boisson en français et en indonésien : Le slogan de tous les boissons en français et en indonésien contient deux types des phrases : la phrase déclarative et la phrase impérative, la phrase impérative de deux langues a précédés par le verbe, certains les slogans de la boisson en français et en indonésien n'utilisent pas la ponctuation pour terminer de la phrase, presque toutes les phrases déclaratives des slogans en français et en indonésien sont précédées par le sujet, trouver la phrase déclarative forme négative, le

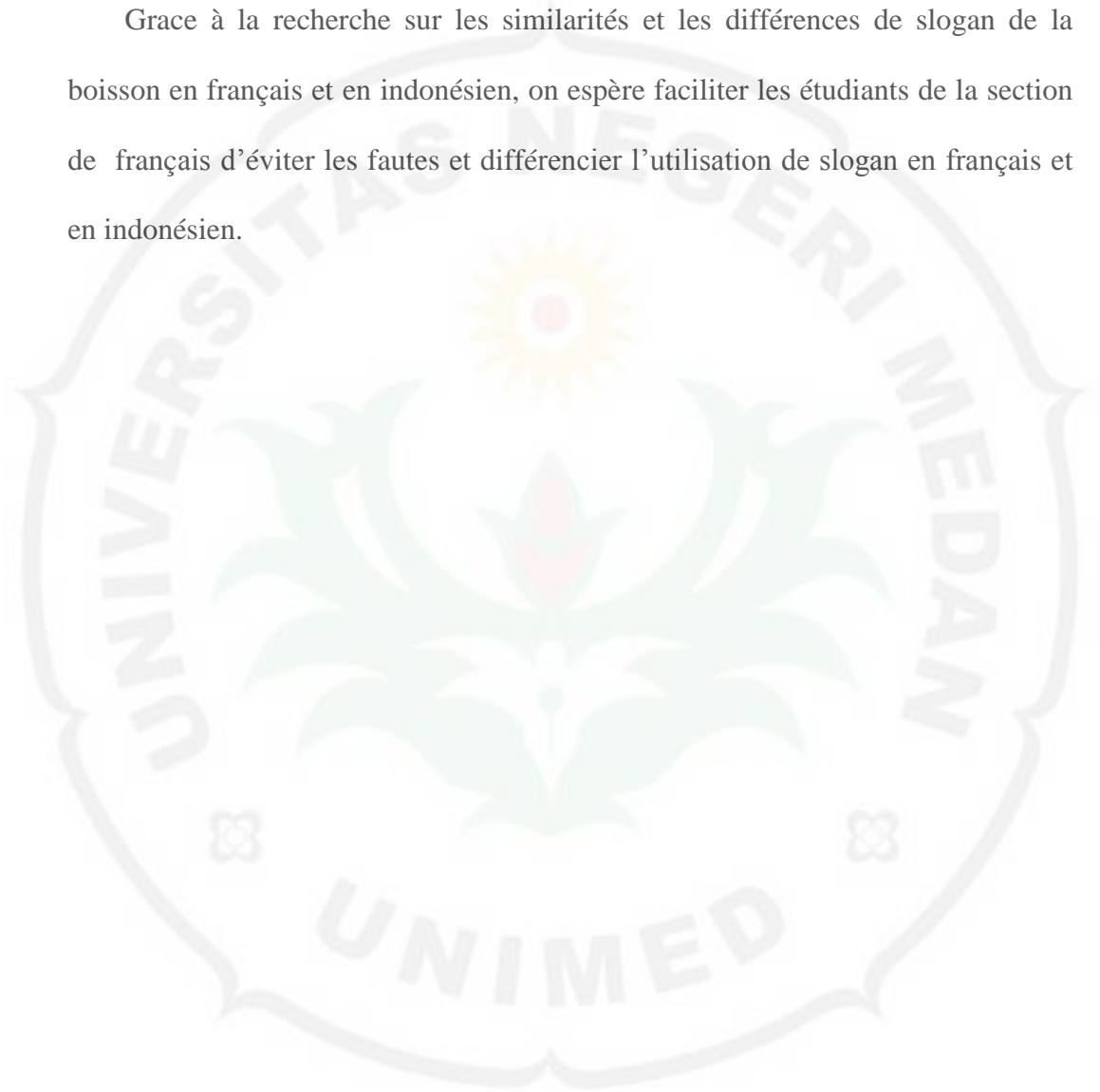
sens de slogan est implicite, et la phrase déclarative et la phrase impérative de ces deux langues a la même fonction : donner une information, déclare une opinion, une pensée (déclarative), donner des conseils ou des ordres/ demande quelqu'un a faire quelque chose (impérative).

3. Les différences entre le slogan de la boisson en français et en indonésien : En français : le verbe du slogan de publicitaire en français a le system de conjugaison, il Utilise les articles français, le sujet est implicite dans le verbe (La phrase impérative), le message dans ce clogan français (La phrase impérative) s'adresser au certain sujet, si deux verbes rencontrés dans une phrase, alors le premier verbe doit être en conjugaison, et verbe la suite reste sous forme de base/ verbe infinitif, presque tous les slogans utilisent le verbe transitif, il utilise le genre (masculin et féminin) et le nombré (singulier et pluriel). En indonésien : il utilise la langue locale en indonésien, la langue argot, la langue non standard, il emprunte les mots en d'autre langue, le verbe suivi par suffixe "kan" (la phrase impérative), le nom suivi par pronom personnel « nya » et deux verbes sont rencontrés dans une phrase ne changent pas à la forme de base.

B. Suggestion

Cette recherche est limite par les types des phrases fondamentaux : la phrase déclarative, la phrase impérative, la phrase interrogative, et la phrase exclamative, alors est suggéré pour être fait en d'autres types des phrases.

Grace à la recherche sur les similarités et les différences de slogan de la boisson en français et en indonésien, on espère faciliter les étudiants de la section de français d'éviter les fautes et différencier l'utilisation de slogan en français et en indonésien.



THE
Character Building
UNIVERSITY