

## ABSTRACT

**Batubara, Muhammad HasyimSyah. Reg. No 8116111013. Speech Functions Used in Billboard Texts. A Thesis, English Applied Linguistics Study Program, Post Graduate School, State University of Medan, 2013.**

This study deals with Speech Functions in billboard texts. The objectives of the study are to describe the types of speech functions used in billboard texts, to derive the type of speech functions dominantly used and to explain or to elaborate the context of occurrence of speech functions. The study used descriptive qualitative method. The data were collected from commercial billboard texts in six domains namely cigarette, electronics, banking, furniture, automotives, daily needs. The texts used as the data cover headline, subhead and slogan either written text or pictures exposed in public places of the city of Medan by applying documentary technique. The data are then analyzed with refer to the type of speech functions namely, statement, offer, question and command. The finding indicates that from four types of speech functions found in commercial billboard texts, statement constitute 64 (61 %), question 2 (2%), offer 16 (15.2%), command 23 (22%), demanding 105 billboard texts. Statement can be the most dominant speech function used because the concept of using statement is appropriate with the concept of commercial billboard texts in which the viewers can only see the written texts only in 5-7 seconds while they are driving. Thus, the stating bears simple and strong information in speech function of functional grammar. In fact, only statement that directly can elaborates quality of a product product so that the people believe the product.

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY

## ABSTRAK

**Batubara, Muhammad HasyimSyah. NIM. 8116111013. Speech Functions in Billboard Texts. Tesis, Program Studi Linguistik Terapan Bahasa Inggris, Sekolah Pascasarjana, Universitas Negeri Medan, 2013.**

Penelitian ini berkaitan dengan speech functions dalam teks billboard. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan jenis speech functions yang digunakan dalam teks billboard, untuk memperoleh jenis speech functions yang dominan digunakan dan untuk menjelaskan atau menguraikan konteks terjadinya speech functions. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dari teks komersial billboard di enam domain yaitu rokok, elektronik, perbankan, furniture, otomotif, dan kebutuhan sehari-hari. Teks yang digunakan sebagai data melingkupi, headline, subhead dan slogan baik teks tertulis maupun gambar di tempat umum di kota Medan dengan menerapkan teknik dokumenter. Data tersebut kemudian dianalisis dengan merujuk pada jenis speech functions yaitu, statement (pernyataan), offer (tawaran), question (pertanyaan) dan command (perintah). Temuan menunjukkan bahwa dari empat jenis speech functions yang ditemukan di dalam teks komersial billboard, (statement) pernyataan ditemukan 64 (61%), (question) pertanyaan 2 (2%), (offer) penawaran 16 (15,2%), (command) perintah 23 (22%), dari 105 teks billboard. Pernyataan (statement) menjadi yang paling dominan digunakan karena konsep penggunaan pernyataan (statement) sesuai dengan konsep teks komersial billboard di mana orang hanya dapat melihat teks yang tertulis hanya dalam 5-7 detik saat mereka sedang mengemudi. Dengan demikian, pernyataan (statement) memberikan informasi kuat dan sederhana dalam speech functions dalam tata bahasa fungsional. Bahkan, hanya pernyataan (statement) yang secara langsung dapat menguraikan kualitas produk - produk sehingga orang percaya terhadap produk itu.

