

ABSTRACT

Gefari, Galuh Zar Al. 2024. Associative Meaning Used in Sunscreen Products on *Sociolla*: The Case of Diction Men and Women Representation. Thesis. Supervisor 1: Tri Wahyu Setiawan Prasetyoningsih, S.S., M.Hum., Supervisor 2: Eka Dyah Puspita Sari, S.Pd., M.Hum., Examiner: Ika Maratus Sholikhah, S.S., M.A., Ministry of Education, Culture, Research and Technology, Jenderal Soedirman University, Faculty of Humanities, English Department, English Literature Study Program, Purwokerto.

Keywords: Associative meaning, Diction, Semantics, Sunscreen products

This research is entitled Associative Meaning Used in Sunscreen Products on *Sociolla*: The Case of Diction Men and Women Representation. It aims to analyze the types and communicative functions of associative meaning as well as its diction men and women in the selected sunscreen products. The research is conducted using a descriptive qualitative method. The data are selected purposively on *Sociolla* website store. It uses the theory of Leech (1985) to classify the types of associative meaning and Searle (1999) to categorize the communicative functions of associative meaning in the sunscreen products. The result of this study contains of 7 connotative meaning, 6 reflected meaning, 9 collocative meaning, 1 social meaning and 2 affective meaning. From these findings, the collocative meaning is found as the most frequent type in the data which consist of 4 data categorized as diction for women, 2 identified of men and 3 data for both men and women. Whereas the least type of associative meaning is found in social meaning and affective meaning with 1 and 2 data respectively. The diction is commonly describing and representing the image of women beauties, such as bright, flawless, white and glow. Besides that, there are two communicative function of associative meaning appears in this research, they are assertive function and expressive function.

ABSTRAK

Gefari, Galuh Zar Al. 2024. Makna Asosiatif dalam Produk Tabir Surya di *Sociolla*: Kasus pada Representasi Diksi Perempuan dan Laki-laki. Skripsi. Pembimbing 1: Tri Wahyu Setiawan Prasetyoningsih, S.S., M.Hum., Pembimbing 2: Eka Dyah Puspita Sari, S.Pd., M.Hum., Penguji: Ika Maratus Sholikhah, S.S., M.A., Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, Universitas Jenderal Soedirman, Fakultas Ilmu Budaya, Jurusan Bahasa Inggris, Program Studi Sastra Inggris, Purwokerto.

Kata kunci: Makna asosiatif, Diksi, Semantik, produk tabir surya

Penelitian berjudul Makna Asosiatif dalam Produk Tabir Surya di *Sociolla*: Kasus pada Representasi Diksi Perempuan dan Laki-laki ini bertujuan untuk menganalisis tipe dan fungsi komunikatif dari makna asosiatif beserta diksi perempuan dan laki-laki pada produk tabir surya terpilih. Pada proses analisis, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menerapkan *purposive sampling* di situs web *Sociolla*. Teori dari Leech (1985) digunakan untuk mengklasifikasikan makna asosiatif, selain itu teori dari Searle (1999) digunakan untuk mengkategorikan fungsi komunikatif pada makna asosiatif di produk tabir surya. Hasil dari penelitian ini terdapat 7 makna konotatif, 6 makna refleksi, 9 makna kolokasi, 1 makna social dan 2 makna afeksi. Pada temuan penelitian ini, makna kolokatif merupakan tipe yang paling banyak ditemukan, yang terdiri dari 4 data dikategorikan sebagai diksi pada perempuan, 2 data diidentifikasi untuk laki-laki, dan 3 data untuk keduanya. Sedangkan tipe paling sedikit muncul adalah makna social dan makna afeksi dengan jumlah satu dan dua data secara berurutan. Diksi yang umum digunakan pada produk tabir surya adalah diksi untuk kecantikan perempuan seperti *bright*, *flawless*, *white* dan *glow*. Selain itu, ada 2 fungsi komunikatif pada makna asosiatif yang muncul pada penelitian ini, yaitu fungsi asertif and fungsi ekspresi.