

ABSTRACT

Dalam tugas akhir ini saya membahas *doublespeak* dalam berbagai iklan sikat gigi yang diiklankan oleh Oral-B. Periklanan adalah media komunikasi yang sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk mempromosikan serta memperkenalkan produknya kepada konsumen. Seringkali perusahaan menggunakan *doublespeak* dalam mempromosikan produknya. Tentu saja hal ini tidak disadari oleh konsumen yang melihat serta membaca slogan atau *tagline* iklan produk tersebut.

Saya mengambil sepuluh iklan sikat gigi Oral-B dari Internet sebagai data analisis dalam skripsi ini. Dalam analisis ini ditemukan empat jenis *doublespeak* dalam dunia periklanan, yaitu *weasel words*, *unfinished words*, *parity claim* dan *up to claim*.

Perusahaan berusaha keras untuk menarik minat konsumen dengan iklan yang dibuat. Mereka menggunakan *doublespeak* untuk mempromosikan produk dengan menonjolkan keunggulan produk dan mengurangi kelemahan produk di mata konsumen. Pilihan kata yang baik dan tepat dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk perusahaan tertentu.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS

TABLE OF CONTENTS	i
ABSTRACT	ii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	
Background of the Study	1
Statement of the Problem	4
Purpose of the Study	4
Method of Research	5
Organization of the Thesis	5
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	6
CHAPTER THREE: ANALYSIS OF DOUBLESPEAK IN ORAL-B ADVERTISEMENTS	10
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	46
BIBLIOGRAPHY	50
APPENDICES	53