

## ABSTRACT

Iklan adalah sebuah sarana yang digunakan produsen untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka jual. Iklan sangat berguna untuk menarik perhatian konsumen agar mereka tertarik untuk membeli barang yang dijual. Guna mencapai tujuan itu, sebuah iklan haruslah dibuat semenarik mungkin agar dapat memikat para konsumen. Salah satu cara untuk membuat sebuah iklan terlihat dan terdengar menarik adalah dengan menggunakan gaya bahasa dalam iklan tersebut.

Dalam bidang linguistik, penggunaan gaya bahasa dikaji dalam ilmu Stilistika. Ilmu Stilistika mencakup beberapa kajian, salah satunya adalah *rhetorical figures*. Dalam penelitian ini, saya menggunakan *rhetorical figures* untuk menganalisis sembilan belas iklan produk laptop *ASUS*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, saya menemukan bahwa jenis operasi yang paling sering digunakan dalam iklan laptop *ASUS* adalah jenis pengulangan. Penggunaan *rhetorical figures* di dalam iklan laptop *ASUS* juga berfungsi membuat konsumen lebih mudah dalam mengingat keunggulan produk yang ditawarkan dan dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk yang diiklankan.

## TABLE OF CONTENTS

<b>ACKNOWLEDGEMENTS</b> .....	i
<b>TABLE OF CONTENTS</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>CHAPTER ONE: INTRODUCTION</b>	
1.1 Background of the Study .....	1
1.2 Statement of the Problem.....	3
1.3 Purpose of the Study .....	4
1.4 Methods of Research .....	4
1.5 Organization of the Thesis.....	4
<b>CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK</b>	
2.1 Scheme.....	6
2.2 Trope.....	10
<b>CHAPTER THREE: ANALYSIS OF RHETORICAL FIGURES IN ASUS LAPTOP ADVERTISEMENTS</b> .....	12
<b>CHAPTER FOUR: CONCLUSION</b> .....	34
<b>BIBLIOGRAPHY</b> .....	39
<b>APPENDICES</b>	
Table 1. List of data .....	44
Table 2. List of pictures .....	47