

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS	i
TABLE OF CONTENTS	ii
ABSTRACT	iii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	
1.1 Background of the Study	1
1.2 Statement of the Problem	4
1.3 Purpose of the Study	4
1.4 Method of Research	4
1.5 Organization of the Thesis	5
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	
2.1 Stylistics	6
2.2 Rhetorical Devices	7
2.2.1 Scheme	8
2.2.2 Trope	10
CHAPTER THREE: THE RHETORICAL FIGURES IN BEN AND JERRY'S ICE CREAM ADVERTISEMENTS	14
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	26
BIBLIOGRAPHY	30
APPENDICES	34

ABSTRACT

Dalam Tugas Akhir ini, saya menganalisis penggunaan *rhetorical figures* yang tanpa kita sadari sering kita dapati dalam iklan. Dalam studi ini saya menggunakan teori stilistika yang mengkaji mengenai gaya bahasa dalam sebuah teks, terutama teori mengenai *rhetorical figures* yang digagas oleh McQuarrie and Mick. Saya menganalisis *taglines* dalam iklan es krim dengan merek *Ben and Jerry's*. Saya mengambil data iklan tersebut dari beberapa situs dan menemukan bahwa pengulangan (*repetition*) adalah jenis operasi *rhetorical figures* yang paling sering digunakan dalam iklan *Ben and Jerry's ice cream*. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *rhetorical figures* dapat membantu konsumen untuk lebih mudah dalam mengingat keunggulan produk dan menarik perhatian konsumen terhadap iklan.