

## ABSTRACT

Melalui tugas akhir ini, saya menemukan bahwa iklan adalah sarana yang tepat bagi produsen dalam memasarkan produk-produknya. Oleh karena itu, produsen memakai bahasa yang menarik sebagai salah satu upaya dalam membuat iklan yang lebih menarik.

Bila dikaitkan dengan ilmu linguistik, terdapat sebuah ilmu yang mengkaji penggunaan gaya berbahasa, yaitu Stilistika. Dalam Stilistika terdapat kajian tentang *rhetorical figures*. Dalam tugas akhir ini, saya meneliti penggunaan *rhetorical figures* dalam slogan sembilan iklan mobil dari beberapa merek.

Berdasarkan hasil penelitian, jenis operasi yang paling banyak digunakan dalam iklan-iklan mobil ini adalah jenis operasi pengulangan. Jenis operasi ini penting karena dapat menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen mengingat komponen unggul dari sebuah produk dengan lebih baik.

## TABLE OF CONTENTS

<b>ACKNOWLEDGEMENTS</b> .....	i
<b>TABLE OF CONTENTS</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>CHAPTER ONE: INTRODUCTION</b> .....	1
1.1 Background of the Study .....	1
1.2 Statement of the Problem.....	4
1.3 Purpose of the Study .....	4
1.4 Methods of Research.....	4
1.5 Organization of the Thesis .....	5
<b>CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK</b> .....	6
2.1 Scheme.....	7
2.1.1 Repetition.....	7
2.1.1.1 Parallelism.....	8
2.1.1.2 Consonance.....	8
2.1.1.3 Anaphora.....	9
2.1.1.4 Epistrophe .....	9
2.1.2 Reversal.....	10
2.1.2.1 Antithesis .....	10
2.2 Trope .....	11
2.1.3 Substitution .....	11
2.2.1.1 Hyperbole.....	11
2.1.4 Destabilization .....	12
2.2.2.1 Metaphor .....	12
<b>CHAPTER THREE: RHETORICAL FIGURES IN CAR ADVERTISEMENTS</b> .....	13
<b>CHAPTER FOUR: CONCLUSION</b> .....	26
<b>BIBLIOGRAPHY</b> .....	30

<b>APPENDICES</b> .....	33
Table 1. List of data .....	33
Table 2: Car advertisements.....	35

