

ABSTRACT

Iklan adalah salah satu kunci bagi para produsen untuk memasarkan produk atau jasa mereka. Oleh karena itu, iklan harus dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Salah satu cara untuk membuat iklan lebih menarik adalah dengan menggunakan fitur-fitur bahasa yang menarik.

Dalam bidang linguistik, penggunaan gaya bahasa dikaji dalam ilmu Stilistika. Ilmu Stilistika mencakup beberapa kajian, salah satunya *rhetorical figures*. Dalam tugas akhir ini, saya menganalisis penggunaan *rhetorical figures* yang tanpa kita sadari sering dijumpai dalam iklan. Saya meneliti penggunaan *rhetorical figures* pada enam belas iklan produk kosmetik *Maybelline*.

Berdasarkan hasil penelitian, saya menemukan bahwa pengulangan adalah jenis operasi yang paling sering digunakan dalam iklan *Maybelline*. Penggunaan operasi pengulangan juga dapat membantu konsumen untuk lebih mudah mengingat keunggulan produk dan menarik perhatian konsumen terhadap iklan.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS.....	i
TABLE OF CONTENTS.....	ii
ABSTRACT.....	iv
CHAPTER ONE: INTRODUCTION.....	1
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 BACKGROUND.....	6
2.1 Stylistics.....	6
2.2 Rhetorical Figures.....	6
2.2.1 Scheme.....	7
2.2.1.1 Repetition.....	7
2.2.1.2 Reversal.....	9
2.2.2 Trope.....	9
2.2.2.1 Substitution.....	9
2.2.2.2 Destabilization.....	10
CHAPTER THREE: RHETORICAL FIGURES IN CHIP ADVERTISEMENTS.....	12
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	23
BIBLIOGRAPHY	27
APPENDICES	30
Table 1. List of Data.....	30
Advertisement 1.....	32
Advertisement 2.....	32
Advertisement 3.....	32

Advertisement 4.....	33
Advertisement 5.....	33
Advertisement 6.....	33
Advertisement 7.....	33
Advertisement 8.....	34

