

ABSTRACT

Tugas Akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program Sarjana di Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Kristen Maranatha.

Saya menganalisis penggunaan *echoic aspects* atau bunyi yang berulang dalam beberapa iklan dalam majalah populer pria dan wanita. Pengulangan bunyi dengan menggunakan jenis-jenis *echoic aspects* dapat memberikan efek bunyi yang mengalun indah dan mudah diingat oleh pembaca. Aspek linguistik yang digunakan dalam menganalisa iklan tersebut adalah stilistika.

Dari pembahasan stilistika, penulis menganalisis pengulangan bunyi dengan menggunakan *echoic aspect*. *Echoic aspect* terdiri atas dua jenis pengulangan. Yang pertama adalah pengulangan bunyi (*Sound Repetition*) yang terdiri atas *alliteration*, *consonance*, *assonance*, *rhyme*, *reverse rhyme*, *pararhyme* dan homophone. Yang kedua adalah pengulangan teks (*Text Repetition*) yang terdiri dari *anaphora*, *epistrophe*, *symploce*, *anadiplosis*, *epanalepsis*, *antistrophe*, *polyptoton* dan *homoioleuton*. Dari data yang telah penulis teliti, pengulangan bunyi lebih sering digunakan daripada pengulangan teks. Selain itu hasil analisis ini menunjukkan bahwa sebuah iklan pada umumnya memadukan beberapa jenis *echoic aspects* untuk membuat iklan yang semakin menarik dan mudah diingat oleh konsumen.

ACKNOWLEDGEMENTS.....	i
TABLE OF CONTENTS.....	ii
ABSTRACT.....	iii
CHAPTER ONE :INTRODUCTION	
Background of study.....	1
Statement of the problem.....	4
Purpose pf the study.....	4
Methods of research.....	4
Organization of the Thesis.....	4
CHAPTER TWO : THEORETICAL FRAMEWORK.....	6
CHAPTER THREE : DISCUSSION ON THE ECHOIC ASPECTS IN	
ADVERTISEMENT SLOGANS.....	12
CHAPTER FOUR : CONCLUSION.....	26
BIBLIOGRAPHY.....	30
APPENDICES:	
Appendix 1.....	31
Appendix 2.....	34

