

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS	i
TABLE OF CONTENTS	ii
ABSTRACT	iii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	
Background of the Study	1
Statement of the Problem	3
Purpose of the Study	4
Methods of Research	4
Organization of the Thesis	5
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	
6	
CHAPTER THREE: DISCUSSION ON EMPHATIC STYLES IN	
ADVERTISEMENTS	
9	
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	
25	
BIBLIOGRAPHY	
29	
APPENDICES:	
20 copies of Printed Advertisements	30

ABSTRACT

Dalam tugas akhir ini, saya menganalisis *emphatic styles* yang seringkali digunakan di dalam iklan. Dengan begitu banyaknya media cetak yang muncul, para pengiklan berusaha memberikan sesuatu yang baru dan menarik dalam iklan yang mereka buat. *Emphatic styles* digunakan dalam iklan sebagai alat untuk memberikan aspek keindahan dan kreativitas. Di dalam iklan, pesan yang ada harus disampaikan sedemikian rupa sehingga para pembaca tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Baik teks, gambar, warna, dan lain-lain, mempengaruhi penyampaian pesan dari iklan tersebut. Hal ini dalam ilmu linguistik disebut *emphatic styles*.

Emphatic styles adalah penekanan dari bentuk-bentuk penulisan yang menjadi daya tarik bagi para pembaca. *Emphatic styles* lebih menekankan pada teks yang ada di dalam iklan. Para pengiklan menggunakan *emphatic styles* untuk menunjukkan keunggulan dari suatu produk dalam iklan yang mereka buat. Dengan semakin banyaknya iklan yang ada saat ini, para pengiklan tidak kehabisan akal untuk membuat hal-hal yang baru yang dapat menarik perhatian pembaca atau konsumen. Hal yang terpenting adalah para pengiklan berusaha memberikan kekhasan dari iklan yang mereka buat sehingga para pembaca selalu ingat akan ciri khas dari iklan tersebut. *Emphatic styles* dapat ditemukan di dalam iklan. Dalam iklan yang saya

analisis, saya hanya menganalisis beberapa *emphatic styles* yang paling sering digunakan.

Dalam tugas akhir ini, saya menggunakan pendekatan linguistik, yakni *stylistic*, yang menekankan pada bentuk-bentuk penulisan dan fungsi-fungsi keindahan. Dalam menganalisis *emphatic styles* ini, terdapat empat area linguistik yang mengaplikasikan *emphatic styles*, yakni *graphology*, *phonology*, *syntax*, dan *morphology*. Semua area linguistik tersebut mewakili bentuk-bentuk penulisan di dalam iklan.