

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS.....	i
TABLE OF CONTENTS.....	ii
ABSTRACT.....	iii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION.....	1
Background of the Study.....	1
Statement of the Problem.....	4
Purpose of the Study.....	4
Methods of Research.....	4
Organization of the Thesis.....	4
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK.....	5
CHAPTER THREE: ANALYSIS OF DOUBLESPEAK.....	10
CHAPTER FOUR: CONCLUSION.....	30
BIBLIOGRAPHY.....	34
APPENDICES.....	35

ABSTRACT

Dalam tugas akhir ini, saya membahas tentang penggunaan *doublespeak* yang acapkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. *Doublespeak* dapat dijumpai dalam berbagai situasi publik, seperti dalam dunia politik dan dunia bisnis. Namun demikian, untuk penulisan tugas akhir ini, saya mengambil topik *doublespeak* yang dikhususkan dalam dunia periklanan, terutama dalam iklan produk kesehatan yang diperoleh dari majalah. Dalam tugas akhir ini, saya menganalisis *doublespeak* yang ditemukan dalam data serta membahas arti harafiah di balik kata-kata yang mengandung *doublespeak*. Dalam pembahasan ini, saya menemukan lima jenis *doublespeak*, yaitu *weasel words*, *parity class*, *unfinished word*, *up to claim* dan *jargon*.

Pada dasarnya, tujuan *doublespeak* dalam periklanan adalah guna menarik perhatian konsumen dan menjadikan produk yang ditawarkan tampak menarik dan menjanjikan.

Secara keseluruhan, dunia periklanan tidak terlepas dari penggunaan *doublespeak*. *Doublespeak* merupakan suatu alat penting yang digunakan oleh pembuat iklan untuk mengecoh konsumen melalui kata-kata yang digunakan. Pengguna *doublespeak* acapkali menyampaikan sesuatu kepada publik dengan amat berhati-hati, sehingga seringkali orang tidak menyadari maksud sebenarnya

di balik *doublespeak* tersebut. Oleh karena itu, sebagai konsumen atau pembaca, kewaspadaan sangatlah penting dalam mengidentifikasi kehadiran *doublespeak*, terutama dalam bahasa periklanan.