

## ABSTRACT

Dalam tugas akhir ini, saya membahas *doublespeak* dalam *tagline* makanan dan minuman karena makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok dari setiap orang dan saya menemukan banyak iklan makanan dan minuman yang menggunakan *doublespeak*. Iklan makanan dan minuman yang dipasarkan melalui majalah biasanya disertai gambar dengan tujuan agar pembaca atau konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Di setiap iklan, kita akan menemukan slogan dan tagline yang tanpa kita sadari terdapat kata-kata yang mengandung *doublespeak*.

Dalam penulisan tugas akhir ini, saya menggunakan teori *Doublespeak* dari William Lutz yang terdiri atas *the rule of parity*, *weasel word*, *“up to” claim*, dan *unfinished word*.

Saya mengambil 15 iklan makanan dan minuman dari berbagai majalah seperti *Cosmopolitan*, *Women’s Health*, *The Singapore Women’s Weekly*, *Country Living* dan *Better Homes* sebagai data. Saya menemukan penggunaan empat jenis *doublespeak* seperti *the rule of parity*, *weasel word*, *“up to” claim*, dan *unfinished word* dalam iklan makanan dan minuman tersebut. Saya juga menemukan beberapa tagline yang menggunakan dua jenis *doublespeak* yang berbeda.

Saya menyimpulkan *doublespeak* dapat digunakan untuk menjerumuskan para konsumen supaya mereka tertarik untuk membeli produk makanan dan minuman yang dipasarkan. Saya juga menemukan efek yang berbeda dari setiap jenis *doublespeak* terhadap para konsumen.

# TABLE OF CONTENTS

|   |     |
|---|-----|
| <b>ACKNOWLEDGEMENTS</b> .....   | i   |
| <b>TABLE OF CONTENTS</b> .....  | ii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | iii |
| <b>CHAPTER ONE: INTRODUCTION</b>  |     |
| Background of the Study .....   | 1   |
| Statement of the Problem .....  | 4   |
| Purpose of the Study .....  | 4   |
| Methods of Research.....  | 4   |
| Organization of the Thesis.....   | 4   |
| <b>CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK</b> .....   | 6   |
| <b>CHAPTER THREE: ANALYSIS OF THE USE OF DOUBLESPEAK IN<br/>THE TAGLINES OF FOOD AND DRINK ADVERTISEMENTS</b> ..... | 12  |
| <b>CHAPTER FOUR: CONCLUSION</b> .....   | 27  |
| <b>BIBLIOGRAPHY</b> .....   | 31  |
| <b>APPENDIX</b> .....   | 33  |