

ABSTRACT

Dalam penelitian ini, saya membahas iklan kosmetik dari Olay yang merupakan produk kecantikan yang sangat terkenal di dunia. Sejak tahun 1950an sampai sekarang Olay berhasil bertahan dalam pasaran dunia dan dipercaya oleh banyak wanita. Kesuksesan tersebut salah satunya pasti berasal dari pemasaran yang baik pula. Salah satu cara pemasaran yang banyak dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk adalah melalui iklan.

Iklan biasanya akan dibuat semenarik mungkin untuk dapat menarik perhatian konsumen. Akibatnya, banyak iklan yang menawarkan keindahan melalui gambar dan kata-kata yang dapat menyesatkan konsumen. Salah satu cara untuk mengalihkan konsumen dari makna yang sesungguhnya adalah dengan menggunakan *doublespeak*. Tujuannya adalah untuk menghindari tuntutan konsumen apabila produk tersebut tidak seperti apa yang diharapkan oleh mereka.

Penelitian ini menggunakan teori dari buku *Doublespeak* milik William Lutz. Ada empat jenis *doublespeak* yaitu: *the rule of parity*, *weasel word*, *up to claim* dan *unfinished word*. Lutz menyatakan bahwa *doublespeak* adalah bahasa yang dapat menyesatkan, seolah-olah benar tetapi dalam kenyataan belum tentu benar.

Saya menemukan sebelas data dalam dua iklan Olay yang saya pilih untuk penelitian ini. Dalam data tersebut terdapat enam belas kata yang mengandung *doublespeak*. *Weasel word* dan *the rule of parity* adalah dua jenis *doublespeak* yang paling banyak digunakan dalam kedua data. Ini menunjukkan bahwa Olay banyak menggunakan *doublespeak*, khususnya *weasel words* agar konsumen mempunyai pemikiran bahwa produk yang ditawarkan sangat menarik.

Saya menyimpulkan bahwa *doublespeak* digunakan hanya untuk kepentingan pengusaha sehingga mereka berhasil menjual produknya dan bertahan dalam pemasaran dunia. Dengan membaca penelitian ini, konsumen diharapkan tidak tersesatkan oleh iklan-iklan Olay yang mungkin menggunakan *doublespeak*.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS

TABLE OF CONTENTS	i
-------------------------	---

ABSTRACT	ii
----------------	----

CHAPTER ONE: INTRODUCTION

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 FRAMEWORK

Definition of Doublespeak.....	6
Types of Doublespeak.....	7
The Rule of Parity	7
Weasel words	7
Up to Claim	8
Unfinished word	8

CHAPTER THREE: ANALYSIS OF DOUBLESPEAK IN TWO OLAY

ADVERTISEMENTS	9
----------------------	---

CHAPTER FOUR: CONCLUSION.....	23
-------------------------------	----

BIBLIOGRAPHY	27
--------------------	----

APPENDICES

Advertisement 1.....	29
Advertisement 2.....	30
Table of data.....	31