

## ABSTRACT

Dalam tugas akhir ini, saya membahas mengenai penggunaan *doublespeak* yang tanpa kita sadari sering dijumpai dalam iklan. Penggunaan *doublespeak* pada periklanan dapat ditemukan pada poster-poster iklan produk kecantikan, misalnya *Clinique*, yang saya dapatkan dari situs resmi internet produk tersebut. Pada umumnya, *doublespeak* dalam periklanan dapat dijumpai di berbagai media, seperti media elektronik, televisi dan internet.

Saya menemukan tiga jenis *doublesepeak* di dalam iklan-iklan tersebut, yaitu *weasel word*, *unfinished word* dan *combining weasel word*. Pada dasarnya, para pengiklan menggunakan *doublespeak* untuk menarik perhatian para pembaca atau pelanggannya. Penggunaan *doubelspeak* juga menjadi suatu cara yang mudah bagi pengiklan untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

Jenis *doublespeak* yang paling sering digunakan oleh pengiklan dalam pembahasan ini adalah *weasel word*. Dalam mempromosikan suatu produk, Penggunaan *weasel word* adalah cara yang paling mudah bagi pengiklan untuk mengecoh para pembaca atau pelanggan. Pembahasan permasalahan *doublespeak* pada periklanan ini dimaksudkan agar kita sebagai konsumen dapat lebih teliti dalam memilih suatu produk, karena hasil yang diperoleh dari pemakaian produk tersebut, bukan lagi menjadi tanggung jawab para pembuat iklan.

## TABLE OF CONTENTS

<b>TABLE OF CONTENTS</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>CHAPTER ONE: INTRODUCTION</b>	
Background of the Study .....	1
Statement of the Problem .....	4
Purpose of the Study .....	4
Method of Research .....	5
Organization of the Thesis .....	5
<b>CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK</b> .....	
<b>CHAPTER THREE: ANALYSIS OF DOUBLESPEAK IN</b>	
<i>CLINIQUE</i> BEAUTY PRODUCT ADVERTISEMENTS .....	13
<b>CHAPTER FOUR: CONCLUSION</b> .....	
<b>BIBLIOGRAPHY</b> .....	
<b>APPENDICES</b> .....	