ABSTRACT

Dalam tugas akhir ini saya membahas *doublespeak* dalam berbagai iklan maskara yang diproduksi oleh Maybelline. Dalam dunia bisnis, iklan mempunyai peran yang sangat penting untuk mengenalkan suatu produk kepada para konsumen. Dalam setiap iklan, kita akan menemukan slogan dan tagline yang mengandung *doublespeak*, namun kita tidak akan menyadarinya karena kita tidak mengerti apa sebenarnya *doublespeak* itu.

Saya mengambil delapan iklan maskara bermerek Maybelline dari Internet untuk saya analisis, dan saya dapat menemukan semua jenis *doublespeak* dalam dunia periklanan seperti *puffing*, *weasel word*, *unfinished word*, *parity claim*, dan *up to claim*.

Para pembuat iklan bersaing membuat iklan yang dapat menarik minat para konsumen untuk membeli barang mereka. Maka dari itu, mereka menggunakan *doublespeak* pada iklan yang mereka buat untuk menjaring pembeli dan membuat produk mereka terlihat memiliki lebih banyak keunggulan dibandingkan dengan produk merek lain.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS	i
TABLE OF CONTENTS	ii
ABSTRACT	iii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	
Background of the Study.....	1
Statement of the Problem.....	4
Purpose of the Study.....	4
Method of Research.....	4
Organization of the Thesis.....	5
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	6
CHAPTER THREE: ANALYSIS OF DOUBLESPEAK IN MAYBELLINE MASCARA ADVERTISEMENTS	10
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	37
BIBLIOGRAPHY	42
APPENDICES	44