

ABSTRACT

Dalam skripsi ini, saya mengkaji penggunaan *doublespeak* dalam iklan *Apple*. *Apple* merupakan suatu perusahaan yang membuat *gadget* seperti handphone, tablet atau laptop. Iklan yang saya ambil berasal dari internet dan beberapa iklan dari website *Apple*. *Doublespeak* merupakan suatu alat dimana arti dari suatu kata bukanlah yang sebenarnya. Ada beberapa tipe *doublespeak*, seperti *euphemism*, *gobbledygook*, *jargon* dan *inflated language*. Selain itu, ada beberapa tipe *advertorial doublespeak*, seperti *weasel word*, *parity claim*, *up to claim*, dan *unfinished words*.

Salah satu temuan yang saya peroleh dalam kajian iklan ini adalah penggunaan *doublespeak* yang sangat membantu untuk menjual suatu produk. Hal ini tidak dapat dipisahkan dengan penggunaan *weasel word*. Tipe ini paling sering digunakan karena *weasel word* menggunakan kata sifat yang secara otomatis membuat pembaca dapat merasakan apa yang dikatakan oleh iklan tersebut sehingga membuat mereka menjadi ingin tahu akan produk tersebut. Namun, pada kenyataannya iklan tersebut tidaklah menawarkan apa-apa. Salah satu temuan lainnya adalah penggunaan *parity claim*, *unfinished words* dan *jargon*. Ini dikarenakan ketiga tipe *doublespeak* ini sangat mendukung penggunaan *weasel word*. Memanfaatkan ketiga tipe *doublespeak* tersebut akan membuat iklan tersebut menjadi lebih menarik untuk pembaca.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS

TABLE OF CONTENTS.....	i
ABSTRACT	ii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	
Background of the Study	1
Statement of the Problem	5
Purpose of the Study	5
Method of Research	5
Organization of the Thesis.....	5
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	
Doublespeak in General	7
Advertorial Doublespeak	9
CHAPTER THREE: ANALYSIS OF DOUBLESPEAK IN <i>APPLE</i> PRODUCTS ADVERTISEMENTS.....	12
CHAPTER FOUR: CONCLUSION.....	41
BIBLIOGRAPHY.....	45