

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS	i
TABLE OF CONTENTS	ii
ABSTRACT	iii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	1
Background of the Study	1
Statement of the Problem	4
Purpose of the Study	5
Methods of Research	5
Organization of the Thesis	5
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	6
CHAPTER THREE: DISCUSSION ON THE DOUBLESPEAK	10
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	27
BIBLIOGRAPHY	32
APPENDIX	37

ABSTRACT

Dalam Tugas Akhir ini, saya mengkaji penggunaan *doublespeak* dalam iklan produk perawatan muka dan rambut. *Doublespeak* merupakan suatu kata yang muncul seolah-olah menjanjikan sesuatu, tetapi ketika dianalisis lebih dalam, kata-kata tersebut tidak memiliki makna yang spesifik, dan kadang-kadang kata tersebut tidak memiliki makna apapun. *Doublespeak* dalam periklanan terdiri atas *puffing word*, *parity claim*, *weasel word*, *unfinished word*, dan *up to claim*.

Salah satu fitur yang saya peroleh dalam kajian *doublespeak* iklan ini adalah bahwa penggunaan *weasel word* paling sering digunakan oleh pengiklan karena merupakan suatu cara yang paling mudah dan praktis untuk menarik perhatian para pembeli. Salah satu temuan lainnya adalah penggunaan *unfinished word* lebih banyak dibandingkan *parity claim*, karena jika semua pengiklan menggunakan *parity claim*, secara otomatis tidak ada keunikan dari setiap produk.

Pengguna *doublespeak* biasanya sangat teliti dalam menggunakan bahasa dalam iklan mereka, hingga kadang-kadang orang-orang malahan tidak menyadari adanya penggunaan *doublespeak* dalam suatu iklan