

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	v
MOTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR DIAGRAM .....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
INTISARI .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Ruang Lingkup .....	8
1.6 Tinjauan Pustaka .....	9
1.7 Landasan Teori .....	14
1.7.1 Wacana .....	14
1.7.2 Wacana Iklan .....	15
1.7.3 Elemen (Unsur-Unsur) Iklan .....	17
1.7.4 Struktur Wacana Iklan .....	19
1.7.5 Fungsi iklan .....	21
1.7.6 Bahasa Iklan .....	22
1.7.7 Teori Permainan Bahasa .....	24
1.7.8 Pemanfaatan Aspek-Aspek Kebahasaan dalam Permainan Bahasa .....	25
1.8 Data dan Metode Penelitian .....	28
1.9 Sistematika Penyajian .....	31

<b>BAB II UNSUR-UNSUR PEMBENTUK WACANA IKLAN PAPAN NAMA</b>	<b>33</b>
2.1 Pengertian Iklan Papan Nama .....	33
2.2 Unsur-Unsur Pembentuk Wacana Iklan Papan Nama .....	35
2.2.1 Unsur Verbal .....	36
2.2.2 Unsur Visual .....	52
2.2.3 Unsur Campuran .....	57
2.3 Struktur Wacana Iklan Papan Nama .....	59
2.3.1 Unsur Wajib .....	63
2.3.2 Unsur Tambahan .....	66
<b>BAB III KARAKTERISTIK BAHASA DALAM WACANA IKLAN PAPAN NAMA</b>	<b>72</b>
3.1 Aspek Tipografis .....	72
3.1.1 Huruf Kapital .....	73
3.1.2 Ukuran Huruf .....	74
3.1.3 Warna Huruf .....	75
3.1.4 Bentuk Huruf .....	76
3.2 Aspek Fonologis .....	77
3.2.1 Perubahan Bunyi Huruf Vokal .....	78
3.3 Aspek Morfologis .....	79
3.3.1 Abreviasi (Pemendekan) .....	79
3.4 Aspek Semantis .....	83
3.4.1 Onomatope .....	84
3.4.2 Potensi Ambiguitas (Ketaksaan) .....	85
3.5 Aspek Sociolinguistics .....	87
3.5.1 Pemanfaatan Bahasa Tidak Baku .....	88
3.5.2 Pemanfaatan Bahasa Lain .....	89
3.5.3 Campur Kode .....	95
3.5.4 Slang .....	98
3.5.5 Makian .....	100
3.5.6 Pelesetan .....	101
3.5.7 Pemanfaatan Istilah Khusus .....	103
<b>BAB IV SEBAB-SEBAB WACANA IKLAN PAPAN NAMA MEMILIKI CIRI KHAS YANG BERBEDA DENGAN IKLAN CETAK JENIS LAIN</b>	<b>106</b>
4.1 Latar Belakang Pengiklan dan Calon Konsumen .....	106
4.2 Ketidakkohersian antara Unsur Verbal dengan Unsur Visual .....	109

4.3 Pemanfaatan Konteks dari Sebuah Peristiwa.....	112
4.4 Pemanfaatan Popularitas Tokoh .....	113
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan .....	116
5.2 Saran .....	118
DAFTAR PUSTAKA .....	120
LAMPIRAN.....	123
LAMPIRAN PEMETAAN MATERI .....	123
LAMPIRAN DATA .....	126
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	137