

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAMAN BAHASA INGGRIS	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
DAFTAR LAMBANG	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
INTISARI.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1. Latar Belakang.....	1
1.1 Rumusan Masalah.....	11
1.2 Tujuan dan Manfaat	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	14
1.4 Ruang Lingkup	17
1.5 Tinjauan Pustaka.....	19
1.6 Landasan Teori	30
1.6.1 Sociolinguistik.....	31
1.6.2 Masyarakat Tutur	35
1.6.3 Bilingualisme dan Multilingualisme.....	36
1.6.4 Variasi Bahasa.....	39
1.6.5 Pemilihan Kode Tutur	43
1.6.6 Alih Kode dan Campur Kode	45
1.6.7 Media Sosial.....	48

1.6.8 Instagram	51
1.6.9 Wacana Tuturan di Media Sosial Instagram	57
1.7 Kerangka Konseptual	60
1.8 Metode Penelitian	61
1.8.1 Jenis Penelitian	63
1.8.2 Data dan Sumber Data Penelitian	65
1.8.3 Metode Pengumpulan Data	69
1.8.4 Analisis Data	72
1.9 Organisasi Penyajian	74
 BAB II BENTUK DAN VARIASI KODE DALAM INTERAKSI JUAL BELI MAKANAN DI INSTAGRAM YANG DILAKUKAN ANTAR PARTISIPAN DI KOTA MAKASSAR	 76
2.1. Pengantar	76
2.2. Wacana Jual Beli Makanan di Instagram	78
2.3. Komunitas Tutur Jual Beli Makanan di Instagram	91
2.4 Penggunaan Kode dalam Interaksi Jual Beli Makanan di Instagram	96
2.4.1 Penggunaan Kode BI	97
2.4.2 Penggunaan Kode BD	111
2.4.3 Penggunaan Kode BA	118
2.4. Ragam Informal dalam Interaksi Jual Beli Makanan di Instagram	126
2.4.4 Singkatan	128
2.4.5 Akronim	131
2.4.6 Penggalan	137
2.4.7 Lambang Huruf dan Angka	140
2.4.8 Penggunaan Emoji	141
2.5. Kesimpulan	146
 BAB III POLA PEMILIHAN KODE DALAM INTERAKSI JUAL BELI MAKANAN PADA INSTAGRAM	 150
3.1. Pengantar	150
3.2. Pola Pemilihan Kode dalam Interaksi Jual Beli Makanan di Instagram	151
3.2.1 Pola Kode Tunggal Bahasa	153
3.2.2 Pola Kode Dua Bahasa	160
3.2.2 Pola Kode Tiga Bahasa	169
3.2.3 Pola Kode Empat Bahasa	174

3.3. Kecenderungan Penggunaan Pola Kode.....	179
3.3.1 Kecenderungan Pola Kode Tunggal Bahasa	179
3.3.2 Kecenderungan Pola Kode Dua Bahasa.....	183
3.3.3 Kecenderungan Pola Kode Tiga Bahasa	189
3.3.4 Kecenderungan Pola Kode Empat Bahasa.....	192
3.4. Kesimpulan.....	196
 BAB IV FAKTOR PEMILIHAN KODE TUTUR DALAM INTERAKSI JUAL BELI MAKANAN PADA INSTAGRAM	198
4.1. Pengantar.....	198
4.2. Pemilihan Kode Tutur	200
4.2.1 Alih Kode	202
4.2.2 Campur Kode.....	210
4.3. Faktor-Faktor Pemilihan Kode Tutur.....	220
4.3.1 Faktor Konteks Komunikasi	225
4.3.2 Faktor Partisipan.....	227
4.3.3 Faktor Suasana Tutur.....	241
4.3.4 Faktor Sarana Tutur.....	246
4.3.5 Faktor Norma-Norma Tutur	249
4.4. Kesimpulan	251
 BAB V PENUTUP	255
5.1. Kesimpulan.....	255
5.1.1 Bentuk dan variasi kode dalam interaksi jual beli makanan antarpartisipan di Kota Makassar.....	255
5.1.2 Pola pemilihan kode dalam interaksi jual beli makanan pada Instagram yang dilakukan antarpartisipan di Kota Makassar	257
5.1.3 Faktor pemilihan kode tutur dalam interaksi jual beli makanan di Instagram yang dilakukan antarpartisipan di Kota Makassar	259
5.2. Saran	261
 DAFTAR PUSTAKA.....	263