

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Masalah.....	7
3. Tujuan Penelitian.....	7
4. Manfaat Penelitian.....	8
5. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
6. Tinjauan Pustaka.....	9
7. Landasan Teori.....	11
8. Data dan Metode Penelitian.....	15
9. Sistematika Penyajian.....	17
 BAB II STRUKTUR WACANA JUAL BELI BURUNG YOGYAKARTA DALAM <i>FACEBOOK</i>	 19
2.1.1 Identitas Diri Pengguna <i>Facebook</i>	22
2.1.2 Pembuka.....	23
2.1.2.1 Judul Nama Barang.....	23
2.1.2.2 Harga Barang.....	24

2.1.2.3 Alamat.....	24
2.1.3 Isi.....	26
2.1.3.1 Informasi.....	26
2.1.3.1.1 Ungkapan Pembuka.....	27
2.1.3.1.2 Keterangan Barang.....	28
2.1.3.1.3 Ungkapan Penutup.....	30
2.1.3.2 Foto Barang.....	31
2.1.3.3 Negosiasi.....	32
2.1.4 Penutup.....	34

BAB III KARAKTERISTIK KEBAHASAAN WACANA JUAL BELI

BURUNG YOGYAKARTA DALAM <i>FACEBOOK</i>	37
3.1.1 Pemendekan.....	38
3.1.1.1 Singkatan.....	38
3.1.1.2 Akronim.....	40
3.1.1.3 Penggalan Kata.....	42
3.1.2 Campur Kode.....	43
3.1.2.1 Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa.....	44
3.1.2.2 Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.....	45
3.1.2.3 Bahasa Indonesia dan Bahasa Arab.....	47
3.1.2.4 Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab dan Bahasa Jawa.....	48
3.1.3 Tanda (<i>emoticon</i>).....	49
3.1.3.1 Tanda (<i>emoticon</i>) Stiker.....	50
3.1.3.2 Tanda (<i>emoticon</i>) Gambar.....	52
3.1.4 Deiksis.....	53
3.1.4.1 Deiksis Persona.....	54
3.1.4.1.1 Kata Ganti (<i>Om</i>).....	55
3.1.4.1.2 Kata Ganti (<i>Bos</i>).....	56
3.1.4.1.3 Kata Ganti (<i>Gan</i>).....	57
3.1.4.1.4 Kata Ganti (<i>Lur</i>).....	58

3.1.4.1.5 Kata Ganti (<i>Mas</i>).....	59
3.1.4.1.6 Kata Ganti (<i>Hu</i>).....	60
3.1.4.1.7 Kata Ganti (<i>Bro</i>).....	61
3.1.4.2 Deiksis Tempat (Spasial).....	62
3.1.4.3 Deiksis Waktu (Temporal).....	63
BAB IV ASPEK-ASPEK PRAGMATIK WACANA JUAL BELI BURUNG YOGYAKARTA DALAM <i>FACEBOOK</i>	64
4.1.1 Tindak Tutur.....	65
4.1.1.1 Tindak Tutur Lokusi.....	66
4.1.1.2 Tindak Tutur Ilokusi.....	67
4.1.2.2.1 Tindak Tutur Ilokusi Komisif.....	68
4.1.2.2.2 Tindak Tutur Ilokusi Direktif.....	69
4.1.2.2.3 Tindak Tutur Ilokusi Ekspresif.....	70
4.1.2.2.4 Tindak Tutur Ilokusi Asertif.....	71
4.1.2.2.5 Tindak Tutur Ilokusi Deklaratif.....	72
4.1.1.3 Tindak Tutur Perlokusi.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Prinsip Kerja Sama.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.1 Maksim Kuantitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.2 Maksim Kualitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.3 Maksim Relevansi.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.4 Maksim Pelaksanaan.....	79
4.1.3 Prinsip Kesopanan.....	80
4.1.3.1 Maksim Kebijakan.....	81
4.1.3.2 Maksim Penerimaan.....	82
4.1.3.3 Maksim Kemurahan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.4 Maksim Kerendahan Hati.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.5 Maksim Kecocokan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.6 Maksim Kesimpatian.....	Error! Bookmark not defined.
 BAB V PENUTUP.....	 87

5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	92