

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL BAHASA INDONESIA	i
HALAMAN JUDUL BAHASA INGGRIS	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xvii
INTISARI	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Tinjauan Pustaka	3
1.7 Landasan Teori	8
1.8 Data dan Metode Penelitian	13
1.9 Sistematika Penyajian	15
 BAB II KLASIFIKASI BENTUK KEBAHASAAN DALAM MEREK DAGANG DI YOGYAKARTA	
2.1 Bentuk Kebahasaan dalam Merek Dagang di Yogyakarta	17
2.1.1 Frasa	17
2.1.1.1 Frasa dengan Pola Diterangkan-Menerangkan (DM)	17
2.1.1.2 Frasa dengan Pola Menerangkan-Diterangkan (MD)	18
2.1.2 Stuktur	19
2.1.2.1 Judul dan Anak Judul	19
2.1.2.2 Fungsi Anak Judul	21
2.1.2.2.1 Penjelasan	21
2.1.2.2.2 Jaminan	22
2.1.2.2.3 Pemaparan Menu	23
2.1.2.2.4 Pemaparan Barang Dagangan	24
2.2 Referen	25
2.2.1 Substansi Sasaran	25
2.2.1.1 Nama Pemilik/Pemegang Waralaba	25
2.2.1.2 Tempat	26

2.2.1.3 Alat	27
2.2.1.4 Relasi	27
2.2.2 Jenis	28
2.2.2.1 Unik dan Tak Unik	28
2.2.2.2 Konkret dan Abstrak	29
2.3 Deiksis	30
2.4 Frekuensi Kemunculan	30

BAB III PERMAINAN BAHASA DALAM MEREK DAGANG DI YOGYAKARTA

3.1 Permainan Bahasa	33
3.1.1 Permainan Bunyi	33
3.1.1.1 Asimilasi	33
3.1.1.2 Onomatope	34
3.1.1.3 Asonansi	35
3.1.1.4 Substitusi Bunyi	35
3.1.1.5 Metatesis	36
3.1.2 Pemanfaatan Bahasa Lain	37
3.1.2.1 Bahasa Jawa	37
3.1.2.2 Bahasa Inggris	38
3.1.2.3 Campuran	38
3.1.3 Abreviasi	39
3.1.3.1 Akronimisasi	39
3.1.3.2 Singkatan	40
3.1.3.3 Kontraksi	41
3.1.4 Sinekdoke	41
3.1.5 Pelesetan	42
3.1.6 Reduplikasi	43
3.1.6.1 Morfologis	44
3.1.6.2 Semantis	44
3.1.7 Pasangan Minimal	45
3.1.8 Mendekati Pasangan Minimal	46
3.1.9 Pelepasan Fonem	46
3.1.10 Homofon	47
3.2 Tipografi	47
3.2.1 Bentuk Huruf	48
3.2.1.1 Pemanfaatan Gambar	48
3.2.1.2 Manipulasi Merek Dagang	50
3.2.1.3 Manipulasi Huruf dan Angka	52
3.2.2 Warna Huruf	53
3.2.3 Letak Huruf	54
3.2.4 Ukuran Huruf	56
3.3 Etimologi Penamaan Merek Dagang	56
3.3.1 Pemanfaatan Nama Populer	57
3.3.2 Nama Pemilik/Pemegang Waralaba	58
3.3.3 Tempat/Asal	58



3.3.4 Makian	59
3.3.5 Tipografi	59
3.4 Potensi Ambiguitas	60
3.4.1 Mispersepsi	60
3.4.2 Replikasi	62
 BAB IV PENUTUP	
4.1 Kesimpulan	65
 DAFTAR PUSTAKA	67
DAFTAR LAMAN	69
LAMPIRAN	