

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
JUDUL BAHASA INDONESIA	ii
JUDUL BAHASA INGGRIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoretis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.6 Landasan Teori	9
1.6.1 Wacana	10
1.6.2 Wacana Persuasi	12
1.6.3 Analisis Wacana	14
1.6.4 Komponen Informasi	15
1.6.5 Struktur Wacana	16
1.6.6 Topikalisasi Wacana	16
1.6.7 Aspek Kebahasaan	17
1.6.7.1 Kata Sifat	18
	ix

1.6.7.2 Kata Sifat Perbandingan	19
1.6.8 Penggunaan Aspek Kefiguratifan dalam Wacana Persuasi	19
1.6.9.8.1 Metafora	20
1.6.8.2 Personifikasi	22
1.6.9 Pariwisata	23
1.6.9.1 Buku Panduan Perjalanan	23
1.7 Metode Penelitian	24
1.7.1 Jenis Penelitian	24
1.7.2 Data dan Sumber Data	24
1.7.3 Tahap Pengumpulan Data	24
1.7.4 Tahap Analisis Data	25
1.7.5 Tahap Penyajian Data	26
1.8 Sistematika Penelitian	26
BAB II	
KOMPONEN-KOMPONEN INFORMASI DALAM WACANA PROMOSI WISATA	
2.1 Pengantar	28
2.2 Jenis – Jenis Wisata	30
2.3 Komponen-Komponen dalam Wacana Promosi Wisata	31
2.4 Kohesi antara Gambar Visual Tempat Wisata dan Deskripsi Verbal	34
2.5 Komponen Informasi Verbal dalam Wacana Promosi Wisata pada <i>Travel Guide Yogyakarta</i>	35
2.5.1 Informasi Deskripsi Wisata	35
2.5.2 Informasi Letak Geografis Wisata	37
2.5.3 Informasi Fasilitas	41
2.5.4 Informasi Amenitas (Atraksi dan Produk Wisata)	44
2.5.5 Informasi Transportasi	46
2.5.6 Informasi Harga	48
BAB III	
ASPEK-ASPEK KEBAHASAAN PADA WACANA PROMOSI WISATA DALAM PERWUJUDAN SEBAGAI WACANA PERSUASI	

3.1 Pengantar	50
3.2 Pilihan Kata pada Wacana Promosi Wisata	51
3.2.1 Penggunaan Kata Sifat dalam Wacana Promosi Wisata	52
3.2.2 Penggunaan Kata Sifat Perbandingan dalam Wacana Promosi Wisata	55
3. 3 Penggunaan Gaya Bahasa	60
3.3.1 Penggunaan Personifikasi	61
3.3.2 Penggunaan Metafora	64
3.3.2.1 Bentuk Metafora dalam Deskripsi Wisata	66
3.3.2.2 Bentuk Metafora dalam Informasi Letak Lokasi Wisata	69
3.3.2.3 Bentuk Metafora dalam Penjelasan Fasilitas	73
BAB IV	
STRUKTUR WACANA PROMOSI WISATA PADA <i>TRAVEL GUIDE</i> YOGYAKARTA	
4.1 Pengantar	79
4.2 Topikalisasi Wacana	79
4.3 Struktur Wacana Promosi Wisata	80
4.3.1 Bagian Awal pada Struktur Wacana Promosi Wisata	81
4.3.2 Bagian Tengah pada Struktur Wacana Promosi Wisata	85
4.3.3 Bagian Akhir pada Struktur Wacana Promosi Wisata	90
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN	xxxii