



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR STATEMENT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
ABSTRAK	xv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Masalah dan Perumusan Masalah	11
1.3 Keaslian Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI, DAN METODOLOGI PENELITIAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Wacana	21
2.2.1.1 Teks Konteks	23
2.2.1.2 Teks Fungsi dan Tujuannya	26
2.2.1.3 Analisis Wacana	29
2.2.1.4 Struktur Wacana	32
A. Struktur Makro	33
B. Superstruktur	34
C. Struktur Mikro	34
2.2.2 Teori Pragmatik	36



2.2.2.1 Tindak Tutur	38
2.2.2.2 Implikatur	41
2.2.2.3 Presuposisi	43
2.2.2.4 Referensi	44
2.2.2.5 Infrensi	45
2.2.3 Teori Semiotika	47
2.3 Metode dan Teknik Penelitian	59
2.3.1 Prosedur Penelitian	60
2.3.2 Data, Sumber Data, Populasi, dan Sample	60
2.3.3 Metode dan Penyediaan Data	62
2.3.4 Metode dan Teknik Analisis Data	63
2.3.5 Metode Penyajian Hasil Analisis Data	66
2.3.6 Sistematika Penulisan	67
BAB III: IKLAN KOMERSIAL DI MEDIA CETAK MESIR DAN UNSUR-UNSURNYA	69
3.1 Jenis Iklan	70
3.2 Fungsi dan Tujuan Iklan	76
3.3 Unsur-Unsur Iklan	77
3.3.1 Unsur Verbal	78
3.3.1.1 Pemilihan Kata	79
3.3.1.2 Teknik Persuasi	83
3.3.1.3 Diglosia	87
3.3.1.4 Alih Kode dan Campur Kode	89
3.3.2 Unsur Nonverbal	90
3.3.3 Kepaduan Unsur	95
3.4 Elemen-Elemen Iklan	97
BAB IV: STRUKTUR VERBAL DAN NONVERBAL IKLAN KOMERSIAL DI MEDIA CETAK MESIR	101
4.1 Elemen Iklan Berunsur Verbal	103
4.1.1 <i>Al-Khaththur-ra`isi</i> (KR/Judul Utama)	104
4.1.2 <i>Khaththul Far`i</i> (KF/Subjudul)	105
4.1.3 <i>An-Nashshul-i`lāni</i> (NI/Tubuh/Isi Iklan)	106
4.1.4 <i>Khaththut-tauqī`</i> (KT/Tandatangan)	107



a. <i>At-Taudlīch</i>	109
b. <i>Rāyah</i> dan <i>Raq‘ah</i>	110
c. <i>Syarch</i> (Spot)	112
4.1.5 <i>Al-Khātimah</i> (Kht/Penutup)	112
4.2 Elemen Iklan Berunsur Nonverbal	113
4.2.1 <i>At-Tashwīr</i> (Tsh/Gambar/Illustrasi)	113
4.2.2 <i>Khaththut-tauqī`</i> (KT/TandaTangan)	116
4.3 Struktur Iklan	118
4.3.1 Tipe A (5 Elemen)	120
4.3.2 Tipe B (4 Elemen)	125
4.3.3 Tipe C (3 Elemen)	128
4.3.4 Tipe D (2 Elemen)	132
BAB V: MAKNA IKLAN KOMERSIAL DI MEDIA CETAK MESIR ..	141
5.1 Analisis Superstruktur	143
5.1.1 Struktur Lima Elemen	146
a. <i>Al-Khaththur-Ra`īsi</i> (KR/Judul Utama)	146
b. <i>At-Tashwīr</i> (Tsh/Gambar/Illustrasi)	149
c. <i>An-Nashshul-I`lāni</i> (NI/Tubuh/Isi Iklan)	151
d. <i>Khaththut-tauqī`</i> (KT/TandaTangan)	152
e. <i>Al-Khātimah</i> (Kht/Penutup)	153
5.1.2 Struktur Empat Elemen	155
a. <i>Al-Khaththur-Ra`īsi</i> (KR/Judul Utama)	157
b. <i>At-Tashwīr</i> (Tsh/Gambar/Illustrasi)	158
c. <i>Khaththut-Tauqī`</i> (KT/TandaTangan)	160
d. <i>Al-Khātimah</i> (Kht/Penutup)	161
5.1.3 Struktur Tiga Elemen	161
a. <i>Al-Khaththur-Ra`īsi</i> (KR/Judul Utama)	163
b. <i>At-Tashwīr</i> (Tsh/Gambar/Illustrasi)	164
c. <i>Khaththut-Tauqī`</i> (KT/TandaTangan)	165
d. <i>Al-Khātimah</i> (Kht/Penutup)	166
5.1.4 Struktur Dua Elemen	167



a. <i>Al-Khaththur-Ra'isi</i> (KR/Judul Utama).....	169
b. <i>At-Tashwīr</i> (Tsh/Gambar/Illustrasi).....	171
5.2 Analisis Struktur Mikro.....	172
5.2.1 Analisis Unsur Verbal.....	173
a. Analisis Unsur Verbal pada <i>Al-Khaththur-Ra'isi</i> (KR/Judul Utama).....	175
b. Analisis Unsur Verbal pada <i>An-Nashshul-I'lāni</i> (NI/Tubuh/Isi Iklan).....	180
c. Analisis Unsur Verbal pada <i>Khaththut-Tauqī`</i> (KT/TandaTangan).....	187
d. Analisis Unsur Verbal pada <i>Al-Khātimah</i> (Kht/Penutup).....	187
5.2.2 Analisis Unsur Nonverbal (Visual).....	192
5.3 Analisis Struktur Makro.....	195
5.3.1 Makna Iklan (5 Elemen).....	197
a. Makna Iklan 5.1.....	197
b. Makna Iklan 5.2.....	199
5.3.2 Makna Iklan (4 Elemen).....	203
a. Makna Iklan 5.3.....	207
b. Makna Iklan 5.4.....	208
5.3.3 Makna Iklan (3 Elemen).....	213
a. Makna Iklan 5.5.....	215
b. Makna Iklan 5.6.....	216
5.3.4 Makna Iklan (2 Elemen).....	223
a. Makna Iklan 5.7.....	224
b. Makna Iklan 5.8.....	226
5.4 Makna IKOMCEMES: Tekstual dan Konstektual.....	228
5.4.1 Makna IKOMCEMES: Tinjauan Tekstual.....	229
a. Aspek Fonetis.....	229
1. Pertukaran Fonem.....	230
2. Pertukaran Fonem.....	231
b. Aspek Morfologis.....	236
a. Aspek Leksikal.....	237
a. Aspek Sintaksis.....	241



5.4.2 Makna IKOMCEMES: Tinjauan Konstektual.....	245
BAB VI: PENUTUP	254
6.1 Simpulan.....	254
6.2 Saran.....	257
DAFTAR PUSTAKA.....	259
LAMPIRAN	268



DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

Dalam penelitian ini tanda-tanda berikut dimanfaatkan untuk:

“ .. “	: mengapit kalimat dalam bahasa Arab
[..]	: mengapit transliterasi Arab-Latin
‘ .. ‘	: mengapit terjemahan bahasa Indonesia
(.)	: mengapit singkatan dan rujukan
ECA	: Egypt Colloquial Arabic
IKOMCEMES	: Iklan Komersial di Media Cetak Mesir
Kht	: Al-Khātimah (<i>Standing Details</i>)
KR	: Al-Khaththur-Ra’īsi (<i>Headline</i>)
KT	: Khaththut-Tauqī (<i>Signature Line</i>)
MAB	: Majalah Al-Ahrām Bankers
MArb	: Majalah Arabiyyati/Arābeety
MF	: Majalah Flash
MND	: Majalah Nishf Ad-Dunyā
MSA	: Modern Standard Arabic
MSAy	: Majalah Sab`at Ayyām
NI	: An-Nashshul-I lāni (<i>Bodycopy</i>)
NV	: Nonverbal
O	: Objek
P	: Predikat
S	: Subjek
SKAh	: Surat Kabar Al-Ahrām
SKAha	: Surat Kabar Al-Ahāliy
SKAY	: Surat Kabar Akhbār Al-Youm
SKH	: Surat Kabar Harian
SKJ	: Surat Kabar Al-Gumhuriya
SKMaY	: Surat Kabar Al-Mashriy Al-Youm
SKW	: Surat Kabar Al-Wasīh
SKYS	: Surat Kabar Al-Youm As-Sābi’



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

UNSUR VERBAL DAN NONVERBAL DALAM IKLAN KOMERSIAL DI MEDIA CETAK MESIR
MOHAMMAD MASRUKHI, Prof. Dr. Syamsul Hadi, S.U., M.A. Dr. Thoyib, Dr. Suhandano, M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

TI : Tajdzibul-intibāh
Tsh : At-Tashwīr (*Illustration*)
V : Verbal