

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	vii
DAFTAR ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
<i>YOUSHI</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
I.4 Tinjauan Pustaka	7
I.5 Sumber Data dan Metode Penelitian	9
I.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
II.1 Konsep Industri Pariwisata	11
II.2 Konsep Periklanan	13
II.3 Konsep Wacana	16
II.3.1 Pengertian Wacana	16
II.3.2 Analisis Wacana	17
II.3.3 Teori Struktur Wacana Iklan	19
II.4 Konsep Pragmatik	22
II.4.1 Pengertian Pragmatik	22

II.4.2	Situasi Tutur	24
II.4.3	Teori Tindak Tutur	26
BAB III	PEMBAHASAN	33
III.1	Pengantar	33
III.2	Analisis Struktur Wacana Iklan	34
III.2.1	Butir Utama	36
III.2.2	Badan Iklan	44
III.2.3	Penutup	48
III.3	Analisis Tindak Tutur	51
III.3.1	Tindak Lokusi	52
III.3.2	Tindak Ilokusi	53
III.3.3	Tindak Perlokusi	63
BAB IV	KESIMPULAN	68
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN I Tabel Klasifikasi Struktur Wacana Iklan	75
	LAMPIRAN II Data Iklan Industri Pariwisata Pulau Bali	92
	PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS	113