

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
1.7 Definisi operasional .....	9
<b>BAB 2 IHWAL PRAGMATIK DAN STRATEGI</b> <b>KOMUNIKASI</b> .....	<b>10</b>
2.1 Pragmatik .....	10
2.2 Prinsip Kesantunan .....	14
2.2.1 Maksim Kebijaksanaan .....	17
2.2.2 Maksim Penerimaan .....	18
2.2.3 Maksim Pujian, yaitu Maksim Kemurahan Hati .....	18

2.2.4 Maksim Kerendahan Hati .....	19
2.2.5 Maksim Kesepakatan .....	20
2.2.6 Maksim Simpati .....	20
2.3 Prinsip Kerjasama .....	21
2.3.1 Maksim Kuantitas .....	23
2.3.2 Maksim Kualitas .....	24
2.3.3 Maksim Relevansi .....	25
2.3.4 Maksim Pelaksanaan atau Maksim Cara .....	26
2.4 Tindak Tutur .....	27
2.4.1 Tindak Tutur Lokusi .....	30
2.4.2 Tindak Tutur Illokusi .....	30
2.4.3 Tindak Tutur Perlokusi .....	31
2.5 Strategi Komunikasi .....	31
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Metode Penelitian .....	37
3.2 Teknik Penelitian .....	38
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.2.1.1 Observasi .....	38
3.2.1.2 Teknik Rekam dan Catat .....	40
3.2.1.3 Teknik Wawancara .....	41
3.2.1.4 Transkrip Data .....	41
3.2.2 Teknik Pengolahan Data .....	42

3.3 Sumber Data dan Korpus .....	42
3.3.1 Sumber Data .....	43
3.3.2 Korpus .....	43
3.4 Instrumen Penelitian .....	43
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Deskripsi Data .....	47
4.2 Strategi Komunikasi .....	48
4.2.1 Strategi Komunikasi Pramuniaga 1 (P1).....	48
4.2.1.1 Strategi Komunikasi Pramuniaga 1 (P1) dan Sampel Konsumen 1 .....	48
4.2.1.2 Strategi Komunikasi Pramuniaga 1 (P1) dan Sampel Konsumen 2 .....	54
4.2.1.3 Strategi Komunikasi Pramuniaga 1 (P1) dan Sampel Konsumen 3 .....	60
4.2.2 Strategi Komunikasi Pramuniaga 2 (P2) .....	63
4.2.2.1 Strategi Komunikasi Pramuniaga 2 (P2) dan Sampel Konsumen 1 .....	63
4.2.2.2 Strategi Komunikasi Pramuniaga 2 (P2) dan Sampel Konsumen 2 .....	70
4.2.2.3 Strategi Komunikasi Pramuniaga 2 (P2) dan Sampel Konsumen 3 .....	73
4.2.3 Strategi Komunikasi Pramuniaga 3 (P3) .....	79

4.2.3.1 Strategi Komunikasi Pramuniaga 3 (P3)	
dan Sampel Konsumen 1.....	79
4.2.3.2 Strategi Komunikasi Pramuniaga 3 (P3)	
dan Sampel Konsumen 2 .....	84
4.2.3.3 Strategi Komunikasi Pramuniaga 3 (P3)	
dan Sampel Konsumen 3 .....	90
4.2.4 Strategi Komunikasi Pramuniaga 4 (P4) .....	95
4.2.4.1 Strategi Komunikasi Pramuniaga 4 (P4)	
dan Sampel Konsumen 1 .....	95
4.2.4.2 Strategi Komunikasi Pramuniaga 4 (P4)	
dan Sampel Konsumen 2 .....	97
4.2.4.3 Strategi Komunikasi Pramuniaga 4 (P4)	
dan Sampel Konsumen 3 .....	102
4.2.5 Strategi Komunikasi Pramuniaga 5 (P5) .....	109
4.2.5.1 Strategi Komunikasi Pramuniaga 5 (P5)	
dan Sampel Konsumen 1 .....	109
4.2.5.2 Strategi Komunikasi Pramuniaga 5 (P5)	
dan Sampel Konsumen 2 .....	117
4.2.5.3 Strategi Komunikasi Pramuniaga 5 (P5)	
dan Sampel Konsumen 3 .....	121
4.2.6 Strategi Komunikasi Pramuniaga 6 (P6) .....	126
4.2.6.1 Strategi Komunikasi Pramuniaga 6 (P6)	
dan Sampel Konsumen 1 .....	126

4.2.6.2 Strategi Komunikasi Pramuniaga 6 (P6)	
dan Sampel Konsumen 2 .....	134
4.2.6.3 Strategi Komunikasi Pramuniaga 6 (P6)	
dan Sampel Konsumen 3 .....	139
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>144</b>
5.1 Simpulan .....	144
5.2 Saran .....	146
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>147</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>149</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>196</b>

