

## DAFTAR ISI

|  |          |
|--|----------|
| KATA PENGANTAR .....                                     | i        |
| ABSTRAK .....  | ii       |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                                | iii      |
| DAFTAR ISI .....   | v        |
| DAFTAR TABEL .....                                       | ix       |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                    | x        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                           | <b>1</b> |
| 1.1 Latar Belakang .....                                 | 1        |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                | 4        |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                              | 5        |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                             | 6        |
| 1.4.1 Manfaat Teoretis .....                             | 6        |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                              | 6        |
| <b>BAB II TINDAK TUTUR DALAM IKLAN AUDIO VISUAL.....</b> | <b>8</b> |
| 2.1 Pragmatik .....                                      | 8        |
| 2.1.1 Definisi Pragmatik .....                           | 8        |
| 2.1.2 Sejarah Pragmatik .....                            | 10       |
| 2.1.3 Perbedaan Semantik dan Pragmatik .....             | 12       |

|  |    |
|--|----|
| 2.2 Tuturan .....  | 13 |
| 2.2.1 Tuturan Performatif .....                          | 14 |
| 2.2.2 Tuturan Konstatif .....                            | 16 |
| 2.3 Peristiwa Tutur .....                                | 17 |
| 2.4 Aspek Situasi Tuturan atau Ujaran .....              | 21 |
| 2.5 Tindak Tutur .....                                   | 23 |
| 2.5.1 Pengertian Tindak Tutur .....                      | 23 |
| 2.5.2 Jenis Tindak Tutur .....                           | 26 |
| 2.6 Komponen dan Bentuk Kalimat .....                    | 32 |
| 2.7 Jenis Kalimat .....                                  | 35 |
| 2.8 Klasifikasi Tindak Ilokusi Leech .....               | 39 |
| 2.9 Proposisi .....                                      | 41 |
| 2.10 Pengertian Media .....                              | 42 |
| 2.11 Jenis dan Klasifikasi Media .....                   | 43 |
| 2.11.1 Media Nonproyeksi dan Media Proyeksi .....        | 44 |
| 2.11.2 Media yang Diproyeksikan .....                    | 47 |
| 2.11.3 Media Audio .....                                 | 48 |
| 2.11.4 Media Audio Visual .....                          | 48 |
| 2.12 Iklan Audio Visual sebagai Media Pembelajaran ..... | 49 |

|  |            |
|--|------------|
| 2.13 SITUS <a href="http://www.culturepub.fr/">http://www.culturepub.fr/</a> ..... | 53         |
| 2.14 Iklan di Prancis .....  | 53         |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....   | <b>55</b>  |
| 3.1 Metode dan Desain Penelitian .....   | 55         |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....   | 57         |
| 3.3 Definisi Operasional .....   | 58         |
| 3.4 Instrumen Penelitian .....   | 59         |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....  | 59         |
| 3.6 Prosedur Penelitian .....  | 60         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....                                | <b>63</b>  |
| 4.1 Deskripsi Data .....   | 63         |
| 4.2 Klasifikasi Data .....   | 64         |
| 4.3 Analisis Data Iklan Audio Visual dalam Situs <i>www.culturepub.fr</i> .....    | 69         |
| 4.4 Iklan Audio Visual sebagai Media Pembelajaran Tindak Tutur .....               | 113        |
| 4.5 Rekapitulasi Hasil Analisis dan Pembahasan Hasil Analisis .....                | 119        |
| 4.5.1 Rekapitulasi Hasil Analisis .....  | 119        |
| 4.5.2 Pembahasan Hasil Analisis .....  | 120        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....                                      | <b>123</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 123        |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 5.2 Rekomendasi .....    | 125 |
| DAFTAR PUSTAKA .....     | 127 |
| RÉSUME EN FRANÇAIS ..... |     |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN .....  |     |
| RIWAYAT HIDUP .....      |     |

