

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Definisi Oprasional	6
BAB 2 BAHASA, GAYA BAHASA, MAKNA, DAN IKLAN	
2.1 Pengertian dan Fungsi Penggunaan Bahasa	
2.2 Gaya Bahasa	
2.2.1 Pengertian Gaya Bahasa	8
2.2.2 Klasifikasi Gaya Bahasa	10
2.2.2.1 Kelompok Gaya Gahasa Perbandingan	14
2.2.2.2 Kelompok Gaya Bahasa Pertentangan	18
2.2.2.3 Kelompok Gaya Bahasa Pertautan	24

2.2.2.4 Kelompok Gaya Bahasa Perulangan	27
2.3 Makna Gaya Bahasa	
2.3.1 Pengertian Makna	31
2.3.2 Jenis Makna	32
2.4 Iklan	
2.4.1 Jenis Iklan	40
2.4.2 Fungsi Iklan	41
2.4.3 Tujuan iklan	42
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	43
3.2 Korpus dan Sumber Data	
3.2.1 Korpus Data	43
3.2.2 Sumber Data	43
3.3 Teknik Penelitian	
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.2 Teknik Pengolahan data	45
3.4 Instrumen Penelitian	45
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data dalam Iklan <i>Shampoo</i> pada Majalah <i>Femina</i>	49
4.2 Jenis Gaya Bahasa yang Digunakan dalam Iklan <i>Shampoo</i> pada Majalah <i>Femina</i>	50
4.3 Gaya Bahasa yang Paling Dominan Digunakan dalam Iklan	

<i>Shampoo</i> pada Majalah <i>Femina</i>	66
4.4 Makna Gaya Bahasa dalam Iklan <i>Shampoo</i> pada Majalah <i>Femina</i>	67
4.5 Fungsi Gaya Bahasa dalam Iklan <i>Shampoo</i> pada Majalah <i>Femina</i>	77

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

