

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN DAN TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Batasan Masalah.....	4
1.2.3 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	5
1.5 Definisi Operasional.....	6
BAB 2 IHWAL BAHASA, SEMANTIK, DAN IKLAN	
2.1 Bahasa.....	7
2.1.1 Pengertian Bahasa.....	7
2.1.2 Fungsi Bahasa.....	8
2.1.3 Bahasa sebagai Alat Komunikasi.....	9
2.2 Semantik.....	11
2.2.1 Pengertian Semantik.....	11
2.2.2 Manfaat Semantik.....	14
2.2.3 Jenis Semantik.....	15
2.2.4 Semantik dan Makna.....	16

2.3 Makna Kontekstual.....	18
2.4 Iklan.....	21
2.4.1 Pengertian Iklan.....	22
2.4.2 Manfaat dan Tujuan Iklan.....	23
2.4.3 Sarana Tuter Iklan.....	25
2.4.4 Struktur Iklan.....	25
2.4.5 Bahasa Iklan.....	27
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Teknik Penelitian.....	30
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.2.2 Teknik Pengolahan Data.....	31
3.3 Sumber dan Korpus.....	32
3.4 Instrumen Penelitian.....	33
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASANNYA	
4.1 Deskripsi Data.....	36
4.2 Analisis Data.....	42
4.2.1 Analisis Data Teks Iklan Rokok.....	42
4.2.2 Analisis Data Hasil Wawancara.....	70
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP.....121

