

DAFTAR PUSTAKA

SAMPUL DEPAN.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
PRASYARAT GELAR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR PUSTAKA	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoretis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Operasionalisasi Konsep	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pragmatik.....	10
2.1.2 Strategi Persuasif	14
2.1.3 Pemakaian Bahasa	14

2.1.4 Iklan	15
2.1.5 Bahasa Iklan.....	16
2.2 Tinjauan Pustaka	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Metode Penelitian.....	23
3.1.1 Data dan Sumber Data	24
3.1.2 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.1.3 Metode Analisis Data	26
3.1.4 Metode Penyajian Analisis Data.....	27
BAB IV ANALISIS DATA	28
4.1 Bentuk-bentuk Strategi Persuasif langsung dalam iklan Jasa	28
4.1.1 Strategi Persuasif Tindak Tutur Direktif Langsung.....	30
4.2 Bentuk-Bentuk Strategi Persuasif Tidak Langsung dalam Iklan Jasa.....	41
4.2.1 Strategi Persuasif Tindak Tutur Direktif Tidak Langsung	43
4.2.2 Strategi Persuasif Tindak Tutur Representatif.....	46
4.2.3 Strategi Persuasif Tindak Tutur Ekspresif	65
4.2.4 Strategi Persuasif Tindak Tutur Deklaratif	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79