

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Masalah	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORITIS DAN KERANGKA KONSEPTUAL	
A. Landasan Teoritis	8
1. Pengertian Gaya Bahasa.....	8
2. Sendi-sendi Gaya Bahasa	11
3. Jenis-jenis Gaya Bahasa	13
a. Gaya Bahasa Perbandingan	14
1) Hiperbola.....	15
2) Metonomia	15
3) Personifikasi.....	15
4) Metafora	16
5) Sinekdok	18
6) Alusi.....	18
7) Asosiasi.....	19
8) Eufemisme	19
9) Pars Pro Toto	20
10) Efitet	21
11) Eponim.....	21
12) Hipalase.....	21
13) Simile	22
b. Gaya Bahasa Perulangan	22
1) Aliterasi.....	23
2) Anafora	23
3) Epanolepsis	24
4) Anadiplosis	24
5) Mesodiplosis	24
6) epizeuksis	25
c. Gaya Bahasa Sindiran	25
1) Sinisme.....	25

2) Innuendo	26
3) Sarkasme	26
4) Satire	27
5) Antifrasis	27
d. Gaya Bahasa Pertentangan	28
1) Paradoks	28
2) Antitetis	28
3) Litotes	29
4) Oksimoran	29
5) Histeron Prosteron	29
e. Gaya Bahasa Penegasan	30
1) Repetisi	30
2) Paralelisme	31
4. Pengertian Televisi	32
5. Pengertian Iklan	34
6. Ciri –Ciri Iklan	36
7. Etika Secara Umum	37
8. Etika Pariwara Indonesia	37
9. Jenis – Jenis Iklan Yang Baik	38
a. Iklan Cetak	39
b. Iklan Baris	39
c. Iklan Kolom	40
d. Iklan Advertorial	40
e. Iklan Display	40
10. Program-Program Periklanan	42
11. Tujuan Periklanan	43
B. Kerangka Konseptual	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	46
B. Waktu Penelitian	46
C. Sumber Data	46
D. Metodologi Penelitian	46
E. Instrument Penelitian	46
F. Teknik Pengumpulan Data	47
G. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75