

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Kerangka Pemikiran	10
BAB II KAJIAN TEORI	14
2.1 Sociopragmatik.....	14
2.1.1 Sociolinguistik	15
2.1.1.1 Definisi dan Ruang Lingkup	16
2.1.1.1.1 Faktor Sosial	17
2.1.1.1.2 Dimensi Sosial	18
2.1.1.2 Register: Fungsi Sosial Bahasa	20
2.1.2 Pragmatik	24
2.1.2.1 Makna Ujaran/ <i>Speaker Meaning</i> : Tindak tutur (<i>Speech Act</i>)	26
2.1.2.2 <i>Word Meaning</i> (Makna kata)	35
2.1.2.2.1 Definisi <i>Word Meaning</i> (Makna kata)	35
2.1.2.2.2 Satuan Semantis	35

2.1.2.2.3 Relasi Semantik (Relasi Makna)	37
2.1.2.2.3.1 Sinonimi	38
2.1.2.2.3.2 Antonimi	38
2.1.2.2.3.3 Hiponimi	39
2.1.2.2.3.4 Meronimi	40
2.1.2.2.3.5 Metonimi	41
2.2 Media Sosial: Twitter	42
2.2.1 Definisi Twitter	42
2.2.2 Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Bahasa	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Objek Penelitian	46
3.2 Metode Penelitian	47
3.2.1 Teknik Pengumpulan data	48
3.2.2 Teknik Analisis Data	49
3.2.2.1 Mengklasifikasikan Data Slang ke dalam Table Data	50
3.2.2.2 Mendeskripsikan Hasil Analisis Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Temuan data	54
4.2 <i>Slang</i> pada Twitter kurun waktu Januari 2020 – Maret 2021	56
4.2.1 <i>Stan</i>	56
4.2.2. <i>Salty</i>	68
4.2.3. <i>Shook</i>	76
4.2.4. <i>Tea</i>	91
4.2.5 <i>Extra</i>	103
4.2.6 <i>Clap Back</i>	106
4.2.7 <i>Cringe</i>	109
4.2.8. <i>Snatched</i>	112
4.2.9 <i>Ratchet</i>	122

4.2.10. <i>Crush</i>	125
4.2.11. <i>Mood</i>	133
4.2.12. <i>Basic</i>	143
4.2.13. <i>Lowkey</i>	151
4.2.14 <i>Highkey</i>	158
4.2.15 <i>Shade</i>	166
BAB V SIMPULAN & SARAN	169
5.1 Simpulan	169
5.2 Saran	171
DAFTAR PUSTAKA	173
ESSAY	175
LAMPIRAN KUMPULAN DATA	179
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	189
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	190