

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	7
F. Definisi Konsep.....	9
G. Kerangka Pikir Penelitian	14
H. Metode Penelitian.....	17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	18
2. Obyek penelitian	19
3. Jenis dan Sumber Data	19
4. Tahap-tahap Penelitian.....	20
5. Teknik Pengumpulan Data.....	20
6. Teknik Analisis Data.....	21
I. Sistematika Pembahasan	22
BAB II : KAJIAN TEORETIS	25
A. Kajian Pustaka.....	25
1. Komunikasi Massa	25
a. Pengertian Iklan	27
b. Fungsi dan Tujuan Iklan.....	35
c. Iklan Media Televisi	38
2. Brand Image (Citra Produk).....	46
B. Kajian Teori	48
1. Teori Semiotika Roland Bathes	48
2. Teori Persepsi	52
BAB III : PENYAJIAN DATA	56
A. Deskripsi Subjek dan Obyek Penelitian.....	56
a. Subjek Penelitian.....	56
1. Profil wardah	56

	2. Deskripsi Iklan Wardah	58
	b. Objek Penelitian	59
B.	Deskripsi Data Penelitian.....	60
	1. Petanda Dan Penanda Brand Image Kosmetik Muslimah Ada Pada Iklan Wardah	60
	2. Makna Tanda Verbal dan Nonverbal Brand Image Kosmetik Muslimah Ada Pada Iklan Wardah.....	80
BAB IV	: ANALISIS DATA.....	83
	A. Temuan Penelitian	83
	B. Konfirmasi Dengan Teori.....	91
BAB V	: PENUTUP.....	95
	A. Simpulan.....	95
	B. Rekomendasi	96

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir	17
Gambar 1.2 Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes	50
Gambar 1.3 Scene 1	61
Gambar 1.4 Scene 2	63
Gambar 1.5 Scene 3	65
Gambar 1.6 Scene 4	67
Gambar 1.7 Scene 5	69
Gambar 1.8 Scene 6	71
Gambar 1.9 Scene 7	73
Gambar 1.10 Scene 8	75
Gambar 1.11 Scene 9	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu	7
---	---