

**TABLE OF CONTENTS**

Inside Cover Page .....	i
Inside Title Page.....	ii
Degree Requirement .....	iii
Declaration .....	v
Dedication Page .....	vi
Approval Sheet.....	vii
Acknowledgements.....	viii
Epigraph .....	x
Table of Contents .....	xi
List of Figures .....	xiii
Abstrak .....	xiv
Abstract .....	xv
<b>CHAPTER I.....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
1.1. Background of the Study.....	1
1.2. Statement of the Problems .....	6
1.3. Objectives of the Study .....	7
1.4. Significance of the Study .....	7
1.5. Definition of Key Terms .....	7
<b>CHAPTER II.....</b>	<b>8</b>
<b>LITERATURE REVIEW.....</b>	<b>8</b>
2.1. Theoretical Framework.....	8
2.2. Review of Related Studies .....	19
<b>CHAPTER III .....</b>	<b>20</b>

<b>RESEARCH METHOD</b> .....	20
3.1. Research Approach .....	20
3.2. Source of Data.....	21
3.3. Techniques of Data Collection.....	22
3.4. Techniques of Data Analysis .....	23
<b>CHAPTER IV</b> .....	25
<b>RESULTS AND DISCUSSION</b> .....	25
4.1. Results.....	26
4.2. Discussion .....	84
<b>CHAPTER V</b> .....	87
<b>CONCLUSION AND SUGGESTION</b> .....	87
5.1. Conclusion .....	87
5.2. Suggestion.....	88
REFERENCES.....	
APPENDIX.....	

**LIST OF FIGURES**

Figure 1 .....	26
Figure 2 .....	26
Figure 3 .....	32
Figure 4 .....	36
Figure 5 .....	38
Figure 6 .....	42
Figure 7 .....	45
Figure 8 .....	46
Figure 9 .....	50
Figure 10 .....	53
Figure 11 .....	57
Figure 12 .....	60
Figure 13 .....	64
Figure 14 .....	66
Figure 15 .....	67
Figure 16 .....	67
Figure 17 .....	69
Figure 18 .....	72
Figure 19 .....	75
Figure 20 .....	78
Figure 21 .....	82
Figure 22 .....	82
Figure 23 .....	83

## **ABSTRAK**

Terdapat berbagai iklan berbentuk video yang ditayangkan di televisi setiap harinya. Iklan yang ditayangkan dalam bentuk video itu sendiri merupakan salah satu cara untuk mempromosikan produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Iklan berbentuk video juga merupakan kombinasi antara komunikasi verbal dan visual. Terdapat berbagai jenis produk yang diiklankan di televisi setiap harinya, salah satunya adalah produk sabun mandi. Iklan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan iklan sabun LUX. Teori yang akan diaplikasikan dalam penelitian ini adalah teori Multimodality oleh Kress dan van Leeuwen. Dalam iklan LUX yang dibintangi oleh Maudy Ayunda, digunakan berbagai elemen multimodality untuk membentuk konsep kecantikan. Dengan menggunakan teori multimodality, penelitian ini menggali pesan mengenai konsep kecantikan yang disampaikan melalui iklan tersebut. Melalui analisis, ditemukan beberapa kata yang mewakili konsep kecantikan dalam iklan tersebut. Di antaranya adalah percaya diri, lembut, dan penuh kekuatan.

**Kata kunci:** *Iklan, Konsep kecantikan, Multimodaliti*