

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR .....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
PRASYARAT GELAR .....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....	iv
PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
PERNYATAAN .....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang Penelitian.....	1
Rumusan Masalah.....	7
Tujuan Penelitian .....	7
Manfaat Penelitian .....	8
Tinjauan Pustaka.....	9
LandasanTeori .....	14
Analisis Wacana Kritis .....	15
TeoriAnalisisWacanaKritisTeunA.VanDijk.....	15

1. Struktur makro (thematic structure) .....	18
2. Superstruktur.....	19
2. Struktur Mikro .....	20
1) Elemen sintaksis .....	20
a. Koherensi .....	20
b. Koherensi Kondisional.....	20
c. Koherensi pembeda.....	21
d. Peningkaran .....	22
e. Bentuk kalimat .....	21
f. Kata Ganti.....	22
Kognisi Sosial .....	22
Konteks Sosial .....	23
Hiperealitas Medial dan Komunikasi oleh Jean Baudillard.....	24
Media Televisi Menurut Jean Baudillard .....	25
Metode Penelitian .....	28
Sumber Data .....	29
Metode Penjaringan Data .....	29
Metode Analisis Data .....	30
Metode Pemaparan Hasil Analisis Data .....	29
1.8 Sistematika Penulisan Skripsi.....	31
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
Iklan di Televisi .....	33
Gambaran Iklan Produk Kecantikan.....	36
Gambaran Merek Produk Kecantikan.....	37
Pond's .....	37
Gen White - Kecantikan sedalam Gen.....	38
Intelligent Pro-Cell Complex – Penuaan “Cerdas”.....	38
Activated Carbon – Rahasia Hitam Kecil Kita.....	39
Citra .....	39

Garnier .....	41
Produk Perawatan Wajah.....	41
Dove.....	43
2.4 Gambaran Perempuan dan Laki-Laki Pada Iklan Produk Kecantikan .....	45
<b>BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
AnalisisTeksualBahasaIklanProdukKecantikan Media Televisi .....	52
AnalisisTeksualIklan Hand & Body Lotion .....	52
A. AnalisisMakro.....	52
a. Tematik .....	52
B. AnalisisMikro.....	53
1) ElemenSintaksis .....	54
a. Koherensi .....	54
b. KoherensiKondisional .....	55
c. Peningkaran.....	55
d. BentukKalimat.....	56
e. Kata Ganti .....	57
2) ElemenSemantik( MaknaLokal).....	57
a. Latar .....	58
b. Detil .....	58
c. Maksud.....	59
d. Praanggapan.....	60
3) ElemenLeksikon .....	60
4) ElemenRetorik.....	60
a. Grafis.....	61
b. Metafora.....	62
AnalisisTeksualIklanPelembabWajah .....	62
A. AnalisisMakro.....	64
a. Tematik .....	64
	xiii
B. AnalisisMikro.....	65

a. Kata Ganti .....	65
b. Peningkaran .....	66
C. AnalisisSuprastruktur.....	67
AnalisisTekstualIklan Shampoo .....	68
A. AnalisisMakro.....	68
a. Tematik .....	68
B. AnalisisMikro.....	68
a. Koherensi .....	69
b. KoherensiKondisional .....	70
c. Bentukkalamat .....	72
C. AnalisisSuprastruktur.....	72
AnalisisTekstualIklanSabunMandi.....	73
A. AnalisisMakro.....	73
a. Tematik .....	73
B. AnalisisMikro.....	74
b. KoherensiKondisional .....	74
C. AnalisisSuprastruktur.....	75
AnalisisTekstualIklan Pasta Gigi.....	75
A. AnalisisMakro.....	75
a. Tematik .....	75
B. AnalisisMikro.....	76
a. BentukKalimat .....	76
b. Koherensi .....	76
C AnalisisSuprastruktur.....	77
AnalisisTekstualIklan Pasta Bedak.....	77
A. AnalisisMakro.....	78
a. Tematik .....	78
A. AnalisisMikro .....	79
b. BentukKalimat.....	79
C. AnalisisSuprastruktur.....	80
xiv	
KognisiSosialBahasaIklanProdukKecantikanPada Media Televisi.....	81

Konteks Sosial Bahasa Iklan Produk Kecantikan Pada Media Televisi .....	91
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
SIMPULAN .....	95
SARAN .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	98
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii

#### DAFTAR LAMPIRAN

Narasumber Pertama .....	99
Narasumber Kedua .....	100
Narasumber ketiga .....	100
Narasumber keempat .....	101
Narasumber kelima .....	102
Lampiran Gambar 1 dan 2 .....	103
Lampiran Gambar 3 dan 4 .....	104
Lampiran Gambar 5 dan 6 .....	105
Lampiran Gambar 7 dan 8 .....	106
Lampiran Gambar 9, 11, 22 .....	107
Lampiran Gambar 12 dan 13 .....	108