

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Waktu Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teori	15
2.1.1 Komunikasi Visual	15
2.1.2 Periklanan.....	16
2.1.3 Citra Merek	19
2.1.4 Kampanye	21
2.1.5 Analisis Wacana Kritis.....	22
2.1.6 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	23
2.1.7 Makna.....	25
2.1.8 Pesan	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Metode Penelitian.....	38

3.1.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.1.2 Subjek & Objek Penelitian.....	39
3.1.3 Pendekatan Penelitian.....	39
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.2.1 Unit Analisis Data.....	39
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.2.3 Teknik Analisis Data.....	42
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	44
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Analisis Teks (Mikrostruktural).....	44
4.1.2 Analisis Praktik Wacana & Ideologi (Mesostruktural).....	48
4.1.3 Analisis Sosiokultural (Makrostruktural).....	49
4.2 Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.1 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	59