

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	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.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Komunikasi Persuasi.....	10
2.1.2 Logika Desain Pesan	11
2.1.3 Karakteristik Komunikator.....	14
2.1.4 Kampanye	15
2.1.5 Emina Cosmetics.....	16
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	18
2.2.1 Jurnal Terdahulu (Nasional).....	18
2.2.2 Jurnal Terdahulu (Internasional).....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3.1 Subjek Penelitian.....	30
3.3.2 Objek Penelitian.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.4.1 Wawancara.....	32
3.4.2 Observasi.....	33
3.4.3 Dokumentasi	33
3.5 Metode Analisis.....	34
3.5.1 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	35

3.5.2	Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	35
3.5.3	<i>Conclusion Drawing/ Verification</i>	35
3.6	Penjagaan Keabsahan Data.....	36
3.6.1	Triangulasi Sumber	36
3.6.2	Triangulasi Teknik	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Profil Informan	37
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Logika Pesan pada Kampanye Maximum Airy Protection.....	39
4.2.2	Pemilihan Komunikator pada Kampanye Maximum Airy Protection.	53
4.3	Hasil Temuan Komunikasi Persuasi <i>Brand Emina</i> dalam Kampanye Maximum Airy Protection.....	72
4.4	Pembahasan	73
4.4.1	Logika Desain Pesan <i>Brand Emina</i> dalam Kampanye Maximum Airy Protection.....	73
4.4.2	Pemilihan Karakteristik Komunikator <i>Brand Emina</i> dalam Kampanye Maximum Airy Protection	76
BAB V	PENUTUP	79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran	80
5.2.1	Saran Akademis	80
5.2.2	Saran Praktis.....	80
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN	85