

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Aspek Teoritis	12
1.4.2 Aspek Praktis	12
1.5. Lokasi Penelitian	12
1.6. Waktu dan Periode Penelitian	12
1.7. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PENELITIAN.....	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.2 Strategi Pemasaran	16
2.1.3 Bauran Promosi	17
2.1.4 Iklan.....	18
2.1.5 Media Periklanan.....	23
2.1.6 Brosur	24
2.1.7 Semiotika.....	26
2.1.8 Teori Multimodal	27
2.1.9 Generic Struktire Iklan Cheong.....	29

2.1.10 Systemic Linguistik Fungsional Halliday	31
2.1.11 Metafungsi.....	32
2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
2.3 Penelitian Terdahulu.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Paradigma Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.3 Objek/Subjek Penelitian	50
3.3.1 Subjek Penelitian	50
3.3.2 Objek Penelitian	50
3.4 Unit Analisis.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	52
3.7 Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Analisis Multimodal Iklan Brosur Natasha <i>Skin Care</i>	56
4.1.1 Analisis Struktur Iklan Brosur Natasha <i>Skin Care</i>	56
4.1.2 Analisis Metafungsi Visual Iklan Brosur Natasha <i>Skin Care</i>	60
4.1.3 Analisis Metafungsi Teks Verbal Iklan Brosur Natasha <i>Skin</i> <i>Care</i>	61
4.1.4 Hasil Analisis Respon Konsumen Terhadap Teks Verbal dan Teks Visual	62
4.2 Analisis Multimodal Iklan Brosur Erha <i>Clinic</i>	64
4.2.1 Analisis Struktur Iklan Brosur Erha <i>Clinic</i>	64
4.2.2 Analisis Metafungsi Visual Iklan Brosur Erha <i>Clinic</i>	66
4.2.3 Analisis Metafungsi Teks Verbal Iklan Brosur Erha <i>Clinic</i>	67
4.2.4 Hasil Analisis Respon Konsumen Terhadap Teks Verbal dan Teks Visual	68
4.3 Analisis Multimodal Iklan Brosur MD <i>Clinic</i>	70
4.3.1 Analisis Struktur Iklan Brosur MD <i>Clinic</i>	70

4.3.2	Analisis Metafungsi Visual Iklan Brosur MD <i>Clinic</i>	72
4.3.3	Analisis Metafungsi Teks Verbal Iklan Brosur MD <i>Clinic</i>	75
4.3.4	Hasil Analisis Respon Konsumen Terhadap Teks Verbal dan Teks Visual	76
4.4	Analisis Multimodal Iklan Brosur London Beauty Centre	78
4.4.1	Analisis Struktur Iklan Brosur LBC	78
4.4.2	Analisis Metafungsi Visual Iklan Brosur LBC	81
4.4.3	Analisis Metafungsi Teks Verbal Iklan Brosur LBC.....	83
4.4.4	Hasil Analisis Respon Konsumen Terhadap Teks Verbal dan Teks Visual	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	86
5.2.1	Saran Teoritis	86
5.2.2	Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		