

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.5.2 Aspek Praktis.....	8
1.6 Waktu Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Umum Media Sosial.....	10
2.1.1 Pengertian Media Sosial.....	10
2.1.2 Media Sosial Instagram.....	12
2.2 Tinjauan Umum Semiotika	13
2.2.1 Pengertian Semiotika	13
2.2.2 Semiotika Ronald Barthers.....	16
2.3 Komunikasi Nonverbal	23
2.4 Kampanye	27
2.4.1 Kampanye Sebagai Bentuk Komunikasi.....	27
2.4.2 Tujuan Kampanye.....	28
2.4.3 Jenis-jenis kampanye	28
2.4.4 Media dalam Kampanye	29
2.5 Body Image.....	29

2.5.1 Body Image Positif dan Negatif.....	30
2.6 Penelitian Terdahulu.....	31
2.6.1 Jurnal Internasional.....	31
2.6.2 Jurnal Nasional.....	36
2.6.3 Skripsi.....	41
2.7 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Paradigma Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.3 Subjek Penelitian.....	49
3.4 Objek Penelitian.....	49
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
3.8 Sumber Data.....	54
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Karakteristik Data.....	57
4.2 Identifikasi Tanda.....	57
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	58
4.3.1 Analisis Foto Pertama.....	59
4.3.2 Analisis Foto Ketiga.....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	77