

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	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
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	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
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>37</b>
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
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>79</b>
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran .....	80
5.2.1	Saran Akademis .....	80
5.2.2	Saran Praktis.....	80
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>81</b>
	<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>85</b>