

DAFTAR ISI

COVER	
ABSTRAK.....	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Akademis.....	12
1.4.2. Manfaat Praktis.....	13
1.4.3. Manfaat Sosial.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Kajian Teoritis.....	21
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.2. Iklan Sebagai Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.3. Persepsi.....	38
2.2.4. Persepsi Cantik dalam Iklan.....	45
2.3. Kerangka Teori.....	47
2.3.1. Teori Stimulus Organisme Respons (SOR).....	47
2.3.2. Teori Persepsi.....	48
2.4. Hipotesis Teori.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1. Paradigma dan Desain Penelitian.....	52
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	52
3.1.2 Desain Penelitian.....	52
3.2. Metode Penelitian.....	53
3.3. Populasi dan Sampel.....	54
3.3.1 Populasi.....	54
3.3.2 Sampel.....	55
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	57
3.4.1 Definisi Konsep.....	57
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	59
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.6. Teknik Analisa Data.....	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	71
4.1.1. Kecamatan Cikarang Selatan	71
4.1.2. Karakter Karyawati Milenial Pabrik	75
4.1.3. Iklan Wardah	75
4.1.3.1 Sejarah dan Tayangan Iklan Wardah	75
4.1.3.2 Elemen Iklan Wardah Versi Feel the Beauty	77
4.2. Hasil Penelitian	85
4.2.1 Analisis Frekuensi Profil Responden	85
4.2.2 Analisis Frekuensi Kebiasaan Bermedia	91
4.2.3 Karakteristik Responden: Hasil Analisis Tabulasi Silang	104
4.2.4 Analisis Frekuensi Variabel X (Terpaan Elemen Iklan Wardah) ..	110
4.2.5 Analisis Frekuensi Variabel Y (Persepsi Cantik)	117
4.3. Pembahasan	130
4.3.1. Hasil Analisis Koefisiensi Korelasi	130
4.3.2. Hasil Uji Hipotesis	143
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 148
5.1 Kesimpulan	148
5.2 Saran	151
5.2.1 Saran Akademis	151
5.2.2 Saran Praktis	152
 DAFTAR PUSTAKA	 153
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	 155