

Daftar Isi

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Tahapan Penelitian	8
1.6 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	9
1.6.1 Lokasi Penelitian	9
1.6.2 Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Tinjauan Pustaka	26
2.2.1 Komunikasi	26
2.2.2 Iklan.....	26
2.2.2.1 Fungsi dan Tujuan Iklan.....	27
2.2.2.2 Iklan Televisi.....	28
2.2.3 Tagline.....	30

2.2.3.1 Elemen Tagline.....	31
2.2.3.2 Tagline Yang Baik.....	32
2.2.3.3 Jenis-Jenis Tagline.....	33
2.2.4 Cantik.....	34
2.2.5 Perempuan.....	35
2.2.6 Remaja.....	36
2.2.7 Persepsi.....	37
2.2.7.1 Tahap Persepsi.....	38
2.2.7.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Objek Penelitian	45
3.4 Subjek Penelitian.....	45
3.5 Definisi Konsep.....	48
3.6 Unit Analisis	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.8 Teknik Keabsahan Data	51
3.9 Teknik Analisis Data.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Proses Pembentukan Persepsi Remaja Perempuan.....	58
4.2.1.1 Sensasi.....	58

4.2.1.2 Atensi.....	63
4.2.1.3 Interpretasi.....	70
4.2.2 Persepsi Remaja Perempuan.....	77
4.2.3 Hasil Wawancara dengan Ahli Kecantikan.....	78
4.3 Pembahasan.....	79
4.3.1 Proses Pembentukan Persepsi Remaja Perempuan.....	80
4.3.1.1 Sensasi.....	80
4.3.1.2 Atensi.....	81
4.3.1.3 Interpretasi.....	85
4.3.2 Persepsi Perempuan.....	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Praktis.....	91
5.2.2 Saran Akademis.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN