DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERSEMBAHAN..... ii

LEMBAR PERNYATAAN..... iv

ABSTRAK..... v

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR……..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN…….. ..xviii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah..... 9

1.2.1 Makro 9

1.2.2 Mikro 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.3.1 Maksud Penelitian 10

1.3.2 Tujuan Penelitian..... 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Teoritis..... 11

1.4.2 Kegunaan Praktis 11

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti..... 11

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas/Lembaga 11
1.4.2.3 Kegunaan Bagi Masyarakat 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 12
2.1 Tinjauan Pustaka 12
2.1.1 Penelitian Terdahulu yang Relavan 12
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 16
2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi 17
2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi 19
2.1.2.3 Fungsi Ilmu Komunikasi 20
2.1.2.4 Tujuan Ilmu Komunikasi 20
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa 21
2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa 21
2.1.3.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa 23
2.1.4 Tinjauan Tentang Iklan 24
2.1.4.1 Pengertian Iklan 24
2.1.4.2 Sasaran Periklanan 25
2.1.4.3 Daya Tarik Iklan 26
2.1.5 Tinjauan Tentang Kepemimpinan 28
2.1.5.1 Pengertian Kepemimpinan 28
2.1.6 Tinjauan Tentang Analisis WacanaKritis 29
2.1.6.1 Definisi Analisis Wacana Kritis 29
2.1.6.2 Karakteristik Analisis Wacana Kritis 31
2.1.7 Critical Linguistik 34
2.1.8 Kerangka Pemikiran 35

2.1.9 Counter Hegemoni 35

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN 40

3.1 Objek Penelitian 40

3.2 Metode Penelitian 43

3.2.1 Desain Penelitian 43

3.2.1.1Paradigma Kritis 43

3.2.1.2 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough 44

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 53

3.2.2.1 Studi Studi Pustaka 53

3.2.2.2 Studi Lapangan 53

3.2.3 Teknik Penentuan Informan 54

3.2.3.1 *Internet Searching* 55

3.2.4 Teknik Analisa Data 56

3.2.4.1 Kerangka Analisis 56

3.2.5. Uji Keabsahan Data 58

3.2.6. Lokasi dan Waktu Penelitian 60

3.2.6.1 Lokasi Penelitian 60

3.2.6.2 Waktu Penelitian 60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 62

4.1 Profil 65

4.1.1 Informan Penelitian 66

4.1.2 Informan Pendukung 68

4.2 Hasil Penelitian 70

4.2.1 Representasi pemimpin dalam iklan new nutrlion royal 3 "life starts here" dalam struktur teks..... 71
4.2.1.1 Representasi Dalam Anak Kalimat..... 72
4.2.1.2 Representasi Dalam Kombinasi Anak Kalimat..... . 77
4.2.1.3 Representasi Dalam Rangkaian Anak Kalimat..... 80
4.2.1.4 Relasi..... . 82
4.2.1.5 Identitas..... 83
4.2.2 Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*" Dalam Deskripsi *Discourse Practice* (produksi dan konsumsi teks)..... 84
4.2.3 Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*" Dalam Deskripsi *Sosiocultural Practice* (Situasional, Instituasional, Sosial)..... . 88
4.2.3.1 Situasional..... 92
4.2.3.2 Instituasional..... 92
4.2.3.3 Sosial..... 93
4.3 Pembahasan..... 94
4.3.1 Representasi pemimpin dalam iklan new nutrlion royal 3 "life starts here" dalam struktur teks..... 94
4.3.3.1 Representasi Dalam Anak Kalimat..... 95
4.3.3.2 Representasi Dalam Kombinasi Anak Kalimat..... . 96
4.3.3.3 Representasi Dalam Rangkaian Anak Kalimat..... 99
4.3.3.4 Relasi..... . 100
4.3.3.5 Identitas..... 100

4.3.2 Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*" Dalam Deskripsi *Discourse Practice* (produksi dan konsumsi teks)..... 101
4.3.3 Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*" Dalam Deskripsi *Sosiocultural Practice* (Situasional, Instituasional, Sosial)..... . 103
4.3.3.1 Situasional..... 103
4.3.3.2 Instituasional..... 104
4.3.3.3 Sosial..... 105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 107
5.1 Kesimpulan..... 107
5.2 Saran..... 108
DAFTAR PUSTAKA..... 111
LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 113
RIWAYAT HIDUP..... 142