

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS.....	ii
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA PRANCIS.....	iii
HALAMAN JUDUL.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR DIAGRAM DAN GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
EXTRAIT.....	xx
BAB I PENGANTAR.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1. 3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Tinjauan Pustaka	6
1.5 Landasan Teori.....	8
1. 5. 1 Wacana Iklan Kecantikan.....	9
1. 5. 2 Analisis Wacana Kritis	10
1. 5. 3. Devaluasi Sosial dalam Politik Usia	13
1. 5. 4 Standardisasi Definisi Kecantikan Perempuan.....	15
1. 6 Metode Penelitian.....	16
1. 6. 1 Sumber Data	16
1. 6. 2 Metode Pengumpulan Data	18
1. 6. 3 Metode Analisis Data.....	18
1. 7 Organisasi Penyajian.....	19

BAB II KONTEKS SOSIOKULTURAL MASYARAKAT PRANCIS MENGENAI PEREMPUAN, KECANTIKAN, DAN KEREMAJAAN SECARA HISTORIS.....	20
2.1 Pengantar.....	20
2.2 Tendensi Ageisme dalam Konstruksi Kecantikan Masyarakat Prancis dari Masa ke Masa	21
2.3 Tendensi Ageisme dalam Konstruksi Kecantikan dari Perspektif Barat dan Perspektif Timur.....	32
2. 3. 1 Menua dalam Perspektif Barat	33
2. 3. 2 Menua dalam Perspektif Timur	35
2. 4 Ringkasan.....	38
BAB III KONSTRUKSI KECANTIKAN DAN TENDENSI AGEISME DALAM WACANA IKLAN KECANTIKAN PRANCIS	39
3.1 Pengantar.....	39
3.2 Analisis Tema Umum	41
3. 2. 1 Kerutan di Wajah.....	41
3. 2. 2 Garis Halus dan Lingkaran Kehitaman di Sekitar Mata.....	43
3. 2. 3 Kulit Wajah yang Mengendur	44
3. 2. 4 Flek Hitam di Wajah	45
3. 2. 5 Kulit Kering dan Kusam.....	47
3. 2. 6 Kulit pada masa Menopause.....	49
3.3 Analisis Bentuk Wacana	51
3. 3. 1 Struktur Wacana	51
3. 3. 1. 1 Struktur <i>Problem-solution</i>	52
3. 3. 1. 2 Struktur Perbandingan	55
3. 3. 1. 3 Struktur Sebelum dan Sesudah (<i>Before-After</i>).....	56
3. 3. 1. 4 Struktur Testimoni	58
3. 3. 2. Pola Strategi Wacana Secara Umum	60
3. 3. 2. 1 Elemen Visual.....	60
3. 3. 2. 2 Judul	65
3. 3. 2. 3 Slogan.....	67
3. 3. 2. 4 <i>Call To Action</i>	69
3. 3. 2. 5 Bukti Kuantitatif.....	72

3. 4 Analisis Mikrotekstual	77
3. 4. 1 Membangun Citra Produk melalui Pemilihan Kata	78
3. 4. 1. 1 Citra Positif	79
3. 4. 1. 2 Citra Negatif	81
3. 4. 2 Konjungsi	82
3. 4. 2. 1 Konjungsi Penambah ' <i>addition</i> '	83
3. 4. 2. 2 Konjungsi Penyebab ' <i>cause</i> '	84
3. 4. 2. 3 Kohesi Akibat ' <i>consequence</i> '	85
3. 4. 2. 4 Kohesi Pengandaian ' <i>illustration</i> '	87
3. 4. 2. 5 Konjungsi Oposisi ' <i>opposition</i> '	88
3. 4. 2. 6 Konjungsi Tujuan ' <i>but</i> '	89
3. 4. 2. 7 Konjungsi Alternatif ' <i>alternative</i> '	90
3.5 Ringkasan.....	90
BAB IV KESIMPULAN.....	96
Daftar Rujukan	100
RÉSUMÉ.....	103
Lampiran 1. Daftar Kata Bercitra Positif dan Negatif	108
Lampiran 2. Lampiran Data	111