

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA PRANCIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>EXTRAIT.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENGANTAR.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tinjauan Pustaka.....	8
1.4 Landasan Teori.....	11
1.4.1 Pemasaran Inklusif Verbytska, dkk.....	11
1.4.2 Indikator Representasi Inklusif Samuel Hayat.....	12
1.4.3 Analisis Multimodal.....	13
1.5 Metode Penelitian.....	14
1.5.1 Sumber Data.....	14
1.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	15
1.5.3 Metode Analisis Data.....	15
<b>BAB 2 ELEMEN BAHASA DAN VISUAL PEMASARAN INKLUSIF ASSIAKARA.....</b>	<b>17</b>
2.1 Pengantar.....	17
2.2 Analisis.....	17
A. Keberagaman dan Inklusi.....	18
B. Membuat Konten Beragam.....	28
C. Dukungan untuk Berbagai Bahasa dan Budaya.....	33
D. Penggunaan Model dan Perwakilan yang Berbeda.....	34
E. Tanggung Jawab Sosial.....	36
F. Interaksi Aktif dengan Audiens.....	47

G. Penolakan Terhadap Stereotip.....	53
2.3 Ringkasan.....	58
<b>BAB 3 EVALUASI INKLUSIVITAS ASSIAKARA.....</b>	<b>63</b>
3.1 Pengantar.....	63
3.2 Evaluasi Inklusivitas ASSIAKARA.....	63
3.2.1 Representasi sebagai inklusi melalui politisasi.....	64
3.2.2 Inklusivitas Kelompok Sosial.....	67
3.2.3 Inklusivitas melalui Subjektivasi.....	70
3.3 Ringkasan.....	72
<b>BAB 4 KESIMPULAN.....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN DATA.....</b>	<b>80</b>
<b>RÉSUMÉ.....</b>	<b>107</b>