



DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6 Tinjauan Terhadap Penelitian Sebelumnya	9
1.7 Landasan Teori	15
1.7.1 Iklan sebagai Wacana	15
1.7.2 Unsur-unsur dan Sifat Wacana Iklan	17
1.7.3 Analisis Wacana Kritis	19
1.7.4 Linguistik Sistemik Fungsional (LSF)	23
1.8 Metode Penelitian	25
1.8.1 Metode dan Teknik Penyediaan Data	26
1.8.2 Metode dan Teknik Analisis Data	27
1.8.3 Teknik Penyajian Hasil Analisis Data	29
1.9 Sistematika Penyajian Hasil Analisis Data	29



BAB II PILIHAN LEKSIKAL DAN GRAMATIKAL WACANA IKLAN PRODUK KECANTIKAN MAJALAH VOGUE US	30
2.1 Pengantar.....	30
2.2 Pilihan Leksikal Pembentuk Citra Positif	32
2.3 Pilihan Leksikal Pembentuk Citra Negatif.....	38
2.4 Pilihan Leksikal Berasosiasi Sensualitas	39
2.5 Pilihan Leksikal Janji Cara Kerja Produk.....	43
2.6 Pilihan Leksikal Proses Aksi Produk	47
2.7 Pilihan Klausa Imperatif sebagai Desakan pada Target Konsumen	52
2.8 Pilihan Klausa Interogatif untuk Menjalin Interaksi.....	55
2.9 Catatan Analisis Pilihan Leksikal dan Gramatikal Wacana Iklan	57
BAB III STRATEGI PERSUASI IKLAN PRODUK KECANTIKAN SEBAGAI PRAKTIK WACANA	59
3.1 Pengantar.....	59
3.2 Aspek Produksi Iklan Produk Kecantikan	61
3.2.1 Interdiskursivitas Wacana Iklan	62
3.2.2 Intertekstualitas Wacana Iklan	71
3.3 Interpretasi terhadap Wacana Iklan Produk Kecantikan.....	79
3.3.1 Strategi Persuasi Melalui Teks Berpola <i>The Desire Arousal-Fulfillment Pattern</i>	79
3.3.2 Strategi Persuasi Melalui Teks Berpola Problem-Solution Pattern ...	83
3.3.3 Strategi Persuasi Melalui Teks Berpola Goal-Achievement Pattern .	88
3.4 Catatan Analisis Strategi Wacana	90
BAB IV PRAKTIK SOSIOKULTURAL WACANA IKLAN PRODUK KECANTIKAN MAJALAH VOGUE US	92
4.1 Pengantar.....	92
4.2 Unsur Kuasa Pada Wacana Iklan produk Kecantikan	93
4.3 Ideologi dalam Wacana Iklan Produk Kecantikan majalah Vogue US	98
4.3.1 Ideologi Kecantikan Ideal	99
4.3.2 Ideologi Komodifikasi Bagian Tubuh Wanita	114
4.3.3 Ideologi Kefemininan.....	116
4.3.4 Ideologi Konsumerisme	121



4.4 Catatan Analisis Praktik Sosiokultural Wacana Iklan	125
BAB V PENUTUP	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	137



DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN

	Halaman
Gambar 1.1. Iklan Olay Eyes	3
Gambar 1.2. Iklan <i>Lancôme</i>	4
Gambar 1.3. Wacana sebagai teks, interaksi dan konteks	22
Gambar 4.1. Iklan <i>Lancôme</i>	110
Gambar 4.2. Iklan Set Covergirl	111
Bagan 3.1. Pola teks <i>The Desire Arousal-Fulfillment</i>	80
Bagan 3.2. Pola teks <i>Problem-Solution pattern</i>	84
Bagan 4.1. Hubungan Kuasa Wacana Iklan Produk Kecantikan.....	98



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Fokus Telaah, Unit Analisis dan Penjabaran Analisis	31
Tabel 2.2. Contoh Nama Produk dan Kategori Penyusun Premodifier	33
Tabel 2.3. Ajektiva Positif Bermakna Janji Hasil Penggunaan Produk	35
Tabel 2.4. Verba dengan Proses Material	48
Tabel 2.5. Verba dengan Proses Mental.....	50
Tabel 2.6. Verba dengan Proses Relasional	51
Tabel 2.7. Contoh Klausa Imperatif Wacana Iklan Produk Kecantikan	53
Tabel 2.8. Contoh Klausa Interogatif Wacana Iklan Produk Kecantikan	55
Tabel 3.1. Pilihan Leksikal Unsur Ilmiah	72
Tabel 4.1. Fitur Kecantikan Ideal Bagian Wajah	100
Tabel 4.2. Fitur Kecantikan Ideal Bagian Mata	105
Tabel 4.3. Fitur Kecantikan Ideal Bagian Rambut.....	108
Tabel 4.4. Daftar Varian Produk Kecantikan.....	115



DAFTAR SINGKATAN

- Adv : Adverbia
Aj : Ajektiva
KG : Kata Ganti
KGM : Kata Ganti Milik
KGR : Kata Ganti Refleksif
Kon. : Konjungsi
N : Nomina
Num. : Numeralia
Prep. : Preposisi
Pron. : Pronomina