

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori.....	13
1.5.1 Teori Semiotika Roland Barthes	13
5.1.1 Denotasi.....	16
5.1.2 Konotasi	17
5.1.3 Mitos.....	18
1.5.2 Teori Representasi Stuart Hall.....	19
1.5.3 Kerangka Pemikiran	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 <i>New Media</i>	24
2.2 Definisi Iklan	25
2.3 Definisi Cantik.....	28
2.4 Unsur Sinematik.....	35
2.5 Arti Warna.....	35
2.6 Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Objek Penelitian.....	40

3.3 Sumber Data	41
3.3.1 Data Primer	41
3.3.2 Data Sekunder	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.6 Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Profil Perusahaan	47
4.1.1 Brand Ambassador Urban Decay Cosmetics Pretty Different Campaign	52
4.2 Deskripsi Data Penelitian	55
4.2.1 Sinopsis Iklan Urban Decay Cosmetics: <i>Pretty Different and The Global UD Citizens</i>	55
4.3 Hasil Penelitian	56
4.3.1 Standar Kecantikan	56
4.3.2 Maskulinitas	62
4.3.3 Kepercayaan Diri	69
4.3.4 Ekspresi Diri (<i>Self-Expression</i>)	74
4.4 Pembahasan	78
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	