

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Definisi Operasional.....	5
1.6 Struktur Penulisan Tesis	5
BAB II	
LANDASAN TEORETIS	7
2.1 Representasi Multimodal.....	7
2.1.1 Representasi Visual.....	9
2.1.1.1 Proses Material	10
2.1.1.2 Proses <i>Behavioral</i>	12
2.1.1.3 Proses Verbal.....	14
2.1.1.4 Proses Mental	15
2.1.1.5 Proses Relasional.....	17
2.1.1.6 Sirkumstansi dalam Representasi Visual	18
2.1.2 Representasi Lingual.....	19
2.1.2.1 Proses Material	20
2.1.2.2 Proses <i>Behavioral</i>	20

2.1.2.3	Proses Verbal.....	21
2.1.2.4	Proses Mental	21
2.1.2.5	Proses Relasional.....	22
2.1.2.6	Proses Eksistensial	23
2.1.2.7	Sirkumstansi dalam Representasi Lingual	24
2.1.3	Hubungan <i>Intermodal</i> Representasi Visual dan Lingual	24
2.2	Analisis Wacana Kritis	25
2.3	Ideologi dalam Iklan.....	27
2.4	Penelitian Terdahulu tentang Analisis Wacana Multimodal.....	30
BAB III.....		
METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Sumber dan Pengumpulan Data	32
3.3	Analisis Data	33
BAB IV		40
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Temuan Umum.....	40
4.2	Representasi Anak secara Multimodal-Ideasional dalam Iklan Susu Formula	43
4.2.1	Representasi Visual dan Lingual melalui Proses Material.....	43
4.2.1.1	Representasi dalam Iklan Produsen Nestle	46
4.2.1.2	Representasi dalam Iklan Produsen Sari Husada	57
4.2.2	Representasi Visual dan Lingual melalui Proses <i>Behavioural</i>	67
4.2.2.1	Representasi dalam Iklan Produsen Nestle	69
4.2.2.2	Representasi dalam Iklan Produsen Sari Husada	73
4.2.3	Representasi Visual dan Lingual melalui Proses Mental.....	76
4.2.3.1	Representasi dalam Iklan Produsen Nestle	79
4.2.3.2	Representasi dalam Produsen Sari Husada.....	85
4.2.4	Representasi Visual dan Lingual melalui Proses Verbal	91
4.2.4.1	Representasi dalam Iklan Produsen Nestle	92
4.2.4.2	Representasi dalam Iklan Produsen Sari Husada	94
4.2.5	Representasi Visual dan Lingual melalui Proses Relasional	96
4.2.5.1	Representasi dalam Iklan Produsen Nestle	98

4.2.5.2	Representasi dalam Iklan Produsen Sari Husada	107
4.2.6	Representasi Visual dan Lingual melalui Sirkumstansi.....	113
4.3	Ideologi Konsumerisme dan Patriarkisme dalam Iklan Susu Formula	123
4.3.1	Konsumerisme	123
4.3.2	Patriarkisme.....	128
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	131
5.1 Simpulan	131
5.2 Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136
Lampiran 1	Analisis Wacana Multimodal Ideasional Iklan SuFor Nestle.....	
Lampiran 2	Analisis Wacana Multimodal Ideasional Iklan SuFor Sari Husada.	