

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
RIWAYAT HIDUP	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Kajian Penelitian yang Relevan	5
F. Kerangka Pemikiran.....	8
1 Landasan Teori	8
2 Landasan Konseptual.....	9
G. Hipotesis.....	16
H. Langkah-Langkah Penelitian	17
1. Lokasi Penelitian	17
2. Paradigma dan Pendekatan.....	17
3. Metode Penelitian.....	18
4. Jenis Data dan Sumber Data.....	18
5. Populasi dan Sampel.....	20
6. Teknik Pengumpulan Data	22

7. Validitas dan Reliabilitas.....	23
8. Teknik Analisis Data	25
BAB II	30
KAJIAN PUSTAKA	30
A. Tinjauan Umum Tentang Diseminasi Pesan Dakwah.....	30
1. Pengertian Diseminasi (<i>Dissemination</i>)	30
2. Pengertian Pesan Dakwah	32
3. Bentuk-bentuk Diseminasi Pesan	38
4. Pengertian Diseminasi Pesan Dakwah	40
B. Tinjauan Umum Tentang Iklan	44
1. Pengertian Iklan.....	44
2. Fungsi-fungsi Periklanan.....	47
3. Iklan sebagai Media Dakwah Islam.....	49
C. Tinjauan Umum Tentang Brand Image.....	53
1. Pengertian Brand Image	53
2. Dimensi Brand image	54
3. Indikator Brand Image.....	58
4. Islamic Branding	60
BAB III.....	64
HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum	64
1. Latar Belakang Wardah Kosmetik.....	64
2. Visi dan Misi.....	68
3. Pesan Dakwah dalam Iklan Wardah Kosmetik.....	68
B. Hasil Penelitian	73
1. Identitas responden.....	73
2. Analisis Pernyataan Variabel Diseminasi Pesan Dakwah dalam Pengemasan Iklan	78
3. Analisis Pernyataan Variabel <i>Brand Image</i>	98
4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	107
5. Uji Normalitas	113
6. Teknik Analisis Data	115

C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	121
1. Diseminasi Pesan Dakwah dalam Pengemasan Iklan Produk Wardah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung	122
2. <i>Brand Image</i> Wardah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung	124
3. Pengaruh Diseminasi Pesan Dakwah dalam Pengemasan Iklan terhadap <i>Brand Image</i> Wardah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung	126
BAB IV	129
PENUTUP	129
A. Kesimpulan	129
B. Saran.....	130
C. Implikasi.....	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	139

