

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.4.3 Manfaat Sosial	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Komunikasi.....	25
2.2.1 Komunikasi Verbal.....	26
2.2.2 Komunikasi Non Verbal.....	29
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	30
2.4 Komunikasi Sebagai Intuisi Tanda dan Makna.....	32
2.5 Iklan pada Media Televisi	35
2.5 Semiotika	39
2.5.1 Pengertian Semiotika	39
2.5.2 Semiotika Charles Sanders Peirce.....	42
BAB III.....	50
METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Paradigma Penelitian.....	50

3.2	Metode Penelitian.....	51
3.3	Unit Analisis	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data	54
BAB IV.....		57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Gambaran Umum	57
4.1.1	Gambaran Tentang Wuling	57
4.1.2	Kelebihan dan Kekurangan Wuling	58
4.1.3	Tujuan Wuling	59
4.1.4	Gambaran Tentang Iklan Televisi Wuling Confero S Versi “Coming Soon”	59
4.2	Hasil Penelitian.....	61
4.2.1	Analisi Segitiga Semiotika Charles Sanders Pierce pada Iklan Televisi Wuling Confero S Versi “Coming Soon”.....	61
4.2.2	Analisis Tanda pada Aspek Verbal Pesan	62
4.2.3	Analisis Tanda Pada Aspek Pesan Non Verbal	69
4.3	Pembahasan.....	93
BAB V		98
KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101
CURRICULUM VITAE.....		104