

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	i
Kata Pengantar .....	iv
Abstrak .....	vi
Daftar Isi .....	viii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kajian Teoritis .....	12
2.2.1 Iklan sebagai proses Komunikasi .....	12
2.2.2 Iklan Sebagai Media Promosi .....	12
2.2.3 Komunikasi Sebagai Proses Pertukaran Tanda dan Makna .....	13
2.2.4 Tanda dan Makna .....	15
2.2.5 Iklan dan Kontruksi Pesan .....	16
2.2.6 Unsur-unsur Iklan .....	20
2.2.7 Perspektif Shot di Dalam Iklan (Mise-En-Scene) .....	21
2.2.7 jenis-jenis Senyuman .....	24
2.3 Semiotika dan Komunikasi Iklan .....	28
2.3.1 Semiotika Charles Sanders Peirce .....	29

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian .....	35
--------------------------------	----

3.2 Metode Penelitian .....	36
3.3 Unit Analisis .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Data Primer .....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	37
3.5 Tehnik Analisis Data.....	38

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1 Sekilas Tentang LAY’S Kripik Kentang .....	40
4.1.2 Sejarah perusahaan PT. Indofood Fritolay Makmur.....	42
4.1.3 Visi dan Missi perusahaan .....	45
4.1.4 Identifikasi Makna Simbol Senyum pada iklan LAY’S .....	45
4.2 Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Analisis Segitiga Semiotika Charles Sanders Peirece .....	54
4.2.2 Analisis Tanda yang terlihat pada iklan LAY’S.....	56
4.2.2.1 Analisis Tanda Pada Aspek Non Verbal Pesan .....	56
4.3 Pembahasan.....	74

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran .....	81
5.2.1 Secara Akademis.....	82
5.2.2 Secara Praktis.....	82

DAFTAR PUSTAKA .....	iv
----------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
----------------------------	----