

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 Iklan Sebagai Proses Komunikasi	15
2.2.2 Iklan Sebagai Media Promosi.....	15
2.2.3 Komunikasi Sebagai Proses Pertukaran Tanda dan Makna	16
2.2.4 Tanda dan Makna	18
2.2.5 Pesan.....	20
2.2.6 Kontruksi pesan dan Unsur pada iklan.....	21
2.2.7 Iklan di Media Youtube.....	35
2.2.8 Gaya Hidup Modern	36
2.2.9 Semiotika.....	37

2.2.10 Semiotika Ferdinand De Saussure.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.3 Unit Analisis.....	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1 Data Primer	47
3.4.2 Data Sekunder	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.1.3 Struktur Organisasi	55
4.1.4 Iklan Go-jek versi “Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih”.....	57
4.1.5 Gambaran Iklan Go-jek versi “Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?” .	58
4.2 Hasil Penelitian	60
4.3 Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	89
5.2.1 Saran Akademis	89
5.2.2 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	