

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Komunikasi Sebagai Transaksi Makna	15
2.2.2 Iklan Sebagai Susunan Tanda-Tanda	17
2.2.3 Instagram	19
2.2.4 Selebgram	22
2.2.5 Mitologi	24
2.2.6 Semiotika Sebagai Sebuah Kajian	25
2.2.7 Semiotika dalam Pendekatan Barthes	28
2.2.8 Type of Shot	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Unit Analisis	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Profil Tokopedia	52
4.1.2 Perkembangan Tokopedia.....	54
4.1.3 Jenis Bisnis dan Sistem Pembayaran Tokopedia	56
4.1.4 Iklan Tokopedia versi <i>Jadi Terkenal Dimulai dari Tokopedia</i>	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Pesan Linguistik.....	59
4.2.2 Pesan Ikonik Yang Terkodekan.....	65
4.2.3 Pesan Ikonik Yang Takterkodekan	73
4.3 Pembahasan.....	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

CURICULUM VITAE