

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN <i>SIMILARITY</i>	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penulisan	9
1.4 Manfaat Penulisan.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis.....	27
2.2.1 Komunikasi Sebagai Simbol Pertukaran Makna.....	27
2.2.2 Iklan	29
2.2.3 Iklan Sebagai Aspek Ideologis.....	31
2.2.4 Semiotika	35
2.2.5 Semiotika Roland Barthes.....	36
2.2.6 Mitos Dalam Semiotika Roland Barthes.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	47
3.2 Paradigma Penelitian.....	47
3.3 Metode Penelitian.....	48
3.4 Unit Analisis	50
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deksripsi Objek Penelitian.....	55
4.1 Profil Djarum 76	56
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Analisis Iklan Djarum 76 versi “Jadi Caleg Cerdas.....	59
4.3 Pembahasan.....	96
4.3.1 Proses Semiosis.....	96
4.3.2 Kategorisasi Tanda dan Makna	98
4.3.3 Perubahan Antara Makna Lama dan Makna Baru.....	101

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Kesimpulan	113
5.1 Saran..	114
DAFTAR PUSTAKA	116

