

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 Iklan	15
2.2.2 Fungsi dan Tujuan Iklan	17
2.2.3 <i>Web Series</i>	19
2.2.4 Tanda dan Makna dalam Pesan Iklan	20

2.2.5	Semiotika dalam Iklan	26
2.2.6	Semiotika Roland Barthes.....	27
2.2.7	Mitos dalam Sistem Tanda.....	32
2.2.8	Simbolisasi Cinta.....	35
BAB III		37
METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Paradigma Penelitian	37
3.2	Metode Penelitian.....	37
3.3	Unit Analisis.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Data Primer	40
3.4.2	Data Sekunder	41
3.5	Teknik Analisis Data	41
BAB IV		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.2	Gambaran Umum Iklan	45
4.2	Hasil Penelitian	47
4.2.1	Pesan Linguistik	49
4.2.2	Pesan Ikonik Terkodekan.....	51
4.2.3	Pesan Ikonik Tak Terkodekan.....	57
4.3	Pembahasan.....	58
BAB V.....		63
KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	64

5.2.1	Secara Akademis	65
5.2.2	Secara Praktis	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		68



UNIVERSITAS
MERCU BUANA