

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	ii
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	vii
<b>DAFTAR ISI .....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	12
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	14
2.2. Kajian Teoretis .....	19
2.2.1 Semiotika Komunikasi .....	19
2.2.2 Semiotika dalam Komunikasi Periklanan .....	22
2.2.3 Tanda Verbal dan Nonverbal dalam Iklan Televisi .....	24

2.2.4 Elemen-Elemen Iklan Televisi .....	25
2.2.5 Semiotika Roland Barthes .....	27
2.2.6 Representasi .....	33
2.2.7 <i>Blackface</i> dalam Ideologi Ras .....	36
2.2.8 Supremasi Kulit Putih .....	39

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Paradigma Penelitian .....	44
3.2. Metode Penelitian .....	46
3.3. Unit Analisis .....	47
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.5. Teknik Analisis Data .....	50

### **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.1 Iklan Bukalapak versi “Pengakuan: Awalnya Coba-Coba, Untung Terus” .....	52
4.1.2 Storyboard Iklan Bukalapak versi ‘Pengakuan: Awalnya Coba-Coba, Untung Terus’ .....	53
4.1.3 Storyline Iklan Bukalapak versi “Pengakuan: Awalnya Coba-Coba, Untung Terus” .....	55
4.2. Hasil Penelitian .....	56
4.2.1 Hasil Interpretasi Iklan Bukalapak versi versi “Pengakuan: Awalnya Coba-Coba, Untung Terus” .....	57

4.3. Pembahasan .....	83
-----------------------	----

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	91
-----------------------	----

5.2. Saran .....	93
------------------	----

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	95
-----------------------------	----

