

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi Sebagai Proses Pertukaran Makna	18
2.2.2 Iklan dan Konstruksi Pesan	21
2.2.3 Iklan Pada Media Televisi	27

2.2.4	Semiotika dan Komunikasi Iklan	30
2.2.5	Positioning Produk	32
2.2.6	Semiotika Charles Sanders Peirce	33
2.2.7	Kode dan Teks	37
2.2.8	Makna Komitmen dan Original	38
 BAB III METEDOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Paradigma Penelitian	40
3.2	Metode Penelitian	40
3.3	Unit Analisis	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.5	Teknik Analisis Data	44
 BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Tentang JD.ID	48
4.1.2	Kelebihan dan Kekurangan JD.ID	49
4.1.3	Tujuan JD.ID	50
4.1.4	Analisis Iklan Televisi JD.ID versi Dijamin Ori	51
4.2	Hasil Penelitian	60
4.2.1	Analisis Segitiga Semiotika Peirce pada Iklan JD.ID	60
4.2.2	Analisis Tanda pada Iklan Televisi JD.ID Versi Dijamin Ori	61
4.2.2.1	Analisis Tanda Pada Aspek Verbal Pesan	61
4.2.2.2	Analisis Tanda Pada Aspek Non Verbal Pesan	70

4.3 Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

