DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN i
LEMBAR PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN iii
ABSTRAK iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP vii
KATA PENGANTAR viii
UCAPAN TERIMA KASIH ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 10
1.3 Pembatasan Masalah 10
1.4 Rumusan Masalah 10
1.5 Tujuan Penelitian 10
1.6 Manfaat Penelitian 10
1.6.1 Manfaat Akademik 11
1.6.2 Manfaat Praktis 11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
2.1 Tinjauan Pustaka 12
2.1.1 Pengertian Periklanan 12
2.1.2 Tujuan Periklanan 12
2.1.3 Bentuk-Bentuk Iklan 13
2.1.4 Makna Pesan 14
2.1.5 Analisis Semiotika 17
2.1.6 Analisis Semiotika Roland Barthes 19
2.1.7 Semiotika Dalam Iklan 20
2.1.8 Makna Denotatif dan Konotatif 21
2.1.9 Warna 22
2.1.9 Teknik Pengambilan Gambar 25

2.2 Penelitian Terdahulu 27
2.3 Kerangka Konsep 28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 29
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian 29
3.2 Pendekatan Penelitian 29
3.3 Metode Penelitian 30
3.4 Teknik Pengumpulan Data 31
3.5 Teknik Analisis Data 32
3.6 Uji Keabsahan Data 34
3.7 Teknik Penentuan Informan 34
3.8 Operasionalisasi Konsep 35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37
4.1 Gambaran Iklan Marjan Versi "Bangkitkan Harapan" 37
4.1.1 Profil PT. Lasallefood Indonesia 37
4.1.2 Visi Dan Misi PT. Lasallefood Indonesia 38
4.1.3 Profil Sirup Marjan 39
4.1.4 Profil Iklan Marjan Versi "Bangkitkan Harapan" 41
4.1.5 Sinopsis Iklan Marjan Versi "Bangkitkan Harapan" 42
4.1.6 Cerita Rakyat Dewi Sri Dan Kala Wereng 44
4.2 Makna Denotatif, Konotatif, Dan Mitos Dalam Iklan Marjan Versi "Bangkitkan Harapan" 46
4.3 Pesan Moral Dalam Iklan Marjan Versi "Bangkitkan Harapan" 85
BAB V PENUTUP 87
5.1 Kesimpulan 87
5.2 Saran 88
DAFTAR PUSTAKA 89
LAMPIRAN 91