

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
UCAPAN TERIMAKASIH.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	12
1.3. Pembatasan Masalah .....	12
1.4. Rumusan Masalah .....	13
1.5. Tujuan Penelitian.....	13
1.6. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP .....	14
2.1. Tinjauan Pustaka .....	14
2.1.1. Teori Konstruksi Realitas Sosial.....	14
2.1.2. Iklan.....	16
2.1.3. Tanda dan Makna.....	22
2.1.4. Pesan .....	23
2.1.5. Komunikasi Visual.....	23
2.1.6. Warna .....	24
2.1.7. Teknik Shot dan Angel.....	27

2.1.8.	Youtube Sebagai Media Iklan .....	29
2.1.9.	Narasi .....	30
2.1.10.	Semiotika .....	31
2.1.11.	Semiotika Iklan .....	32
2.1.12.	Semiotika Ferdinand De Saussure .....	32
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	35
2.3.	Kerangka Konsep .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>41</b>
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	41
3.2.	Paradigma Penelitian .....	41
3.3.	Pendekatan Penelitian.....	41
3.4.	Sifat Penelitian .....	42
3.5.	Metode Penelitian.....	42
3.6.	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.6.1.	Analisis Teks Iklan.....	43
3.6.2.	Unit Analisis .....	46
3.7.	Teknik Analisis Data .....	49
3.8.	Teknik Keabsahan Data.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>53</b>
4.1.	Gambaran Objek Penelitian.....	53
4.1.1.	Bank BCA .....	53
4.1.2.	Iklan Bank BCA .....	54
4.2.	Hasil Penelitian.....	58
4.3.	Pembahasan Penelitian .....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>76</b>
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.2.	Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN TRANSKIP WAWANCARA .....</b>		<b>81</b>