

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat Akademik.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Periklanan	8
2.1.2 Makna Visual Iklan.....	9
2.1.3 Pesan Iklan	11
2.1.4 Macam Macam Iklan	12
2.1.5 Warna.....	14
2.1.6 Layout	15
2.1.7 Tipografi	17
2.1.8 Body Language	18
2.1.9 Youtube.....	20
2.1.10 Sinematografi.....	21

2.2	Semiotika Roland Barthes	24
2.2.1	Semiotika Iklan	28
2.3	Penelitian Terdahulu	29
2.4	Kerangka Konsep	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		34
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.2	Pendekatan Penelitian	34
3.3	Metode Penelitian.....	35
3.4	Definisi Operasional.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Teknik Analisis Data	40
3.7	Uji Keabsahan Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Fokus Penelitian	42
4.1.1	Profile Perusahaan	42
4.1.2	Visi.....	43
4.1.3	Misi	44
4.2	Sinopsis Iklan Google Indonesia Versi Suaramu Menginspirasi Mereka #YukBukaSuara	44
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian	44
4.4	Makna Penanda (<i>signifier</i>), Petanda (<i>signified</i>), Denotatif, Konotatif, Mitos Iklan Google Indonesia Versi Suaramu Menginspirasi Mereka #YukBukaSuara.....	45
4.5	Hasil Penelitian Makna Mitos “Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Youtube Google Indonesia Versi Suaramu Menginspirasi Mereka #YukBukaSuara.....	54
4.6	Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Google Indonesia Versi Suaramu Menginspirasi Mereka #YukBukaSuara.....	60
4.7	Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....		xiv
LAMPIRAN.....		xvii