

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	11
a. Manfaat Akademik.....	12
b. Manfaat Praktis .....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP.....	13
A. Tinjauan Pustaka .....	13
a. Iklan.....	13
b. Semiotika.....	19

c. Semiotika Model Roland Barthes .....	24
d. Komunikasi Verbal .....	28
e. Komunikasi Non-Verbal .....	30
f. Teknik Pengambilan Gambar.....	31
g. Warna .....	40
h. Makna.....	44
B. Penelitian Terdahulu .....	45
C. Kerangka Konsep .....	47
BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN.....	48
A. Waktu Penelitian .....	48
B. Pendekatan Penelitian .....	48
C. Metode Penelitian.....	48
D. Operasionalisasi Konsep .....	49
E. Teknik Penentuan Informan.....	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	53
H. Uji Keabsahan Data.....	53
BAB IV .....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	55
A. Hasil Penelitian .....	55
a. Profil Perusahaan Grab Indonesia.....	55
b. Sinopsis Iklan Grab “#Percaya” .....	56
c. Analisis Iklan .....	57
B. Pembahasan.....	82
a. Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos.....	82
b. Makna Pesan .....	86
BAB V.....	88
PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan .....	88
B. Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN.....	9