# **DAFTAR ISI**

[**LEMBAR PERSETUJUAN** i](#_Toc87976771)

[**ABSTRAK** ii](#_Toc87976772)

[**ABSTRACT** iii](#_Toc87976773)

[**RINGKESAN** iii](#_Toc87976774)

[**KATA PENGANTAR** v](#_Toc87976775)

[**DAFTAR ISI** x](#_Toc87976776)

[**DAFTAR TABEL** xiii](#_Toc87976777)

[**DAFTAR GAMBAR** xiv](#_Toc87976778)

[**DAFTAR LAMPIRAN** xv](#_Toc87976779)

[**BAB I**](#_Toc87976780) [**PENDAHULUAN** 1](#_Toc87976781)

[**1.1** **Konteks Penelitian** 1](#_Toc87976782)

[**1.2**  **Fokus Penelitian Dan Pertanyaan Penelitian** 9](#_Toc87976783)

[**1.2.1**  **Fokus penelitian** 9](#_Toc87976784)

[**1.2.2**  **Pertanyaan Penelitian** 9](#_Toc87976785)

[**1.3**   **Tujuan Dan Kegunaan Penelitian** 10](#_Toc87976786)

[**1.3.1**  **Tujuan Penelitian** 10](#_Toc87976787)

[**1.3.2** **Kegunaan Penelitian** 10](#_Toc87976788)

[**BAB II**](#_Toc87976789) [**TINJAUAN PUSTAKA** 12](#_Toc87976790)

[**2.1**  **Review Penelitian Sejenis** 12](#_Toc87976791)

[**2.2**  **Kerangka Konseptual** 20](#_Toc87976792)

[**2.2.1**  **Komunikasi** 20](#_Toc87976793)

[**2.2.1.1 Definisi Komunikasi** 21](#_Toc87976794)

[**2.2.2**  **Public Relation** 23](#_Toc87976795)

[**2.2.2.1** **Definisi Public Relation** 24](#_Toc87976796)

[**2.2.2.2**  **Ruang lingkup Public Relation** 27](#_Toc87976797)

[**2.2.2.3 Ciri-ciri Public Relation** 28](#_Toc87976798)

[**2.2.2.4** **Fungsi Public Relations** 29](#_Toc87976799)

[**2.2.3.**  **Iklan** 33](#_Toc87976800)

[**2.2.3.1 Definisi Iklan** 33](#_Toc87976801)

[**2.2.3.2 Jenis Iklan** 34](#_Toc87976802)

[**2.2.3.3 Fungsi Iklan** 37](#_Toc87976803)

[**2.2.4**  **Media Baru *(New Media)*** 38](#_Toc87976804)

[**2.2.5**  **Media Sosial** 40](#_Toc87976805)

[**2.2.5.1 Definisi Media Sosial** 40](#_Toc87976806)

[**2.2.5.2** **Fungsi Media Sosial** 41](#_Toc87976807)

[**2.2.6**  **Representasi** 42](#_Toc87976808)

[**2.2.7** **Youtube** 44](#_Toc87976809)

[**2.2.8**  **Gojek** 46](#_Toc87976810)

[**2.3**  **Kerangka Teoritis** 49](#_Toc87976811)

[**2.3.1** **Teori Konvergensi Simbolis** 49](#_Toc87976812)

[**BAB III**](#_Toc87976813) [**SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN** 56](#_Toc87976814)

[**3.1**  **Subyek Penelitian** 56](#_Toc87976815)

[**3.2**  **Objek Penelitian** 59](#_Toc87976816)

[**3.3**  **Metodelogi Penelitian** 59](#_Toc87976817)

[**3.3.1**  **Paradigma Penelitian** 61](#_Toc87976818)

[**3.3.2**  **Pengumpulan Data** 62](#_Toc87976819)

[**3.3.3**  **Rancangan Analisis Data** 63](#_Toc87976820)

[**3.3.4** **Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Penelitian** 66](#_Toc87976821)

[**3.4**  **Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subyek Penelitian** 68](#_Toc87976822)

[**3.5**  **Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian** 68](#_Toc87976823)

[**3.5.1**  **Lokasi Penelitian** 68](#_Toc87976824)

[**3.5.2**  **Jadwal Penelitian** 68](#_Toc87976825)

[**BAB IV**](#_Toc87976826) [**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** 71](#_Toc87976827)

[**4.1** **Hasil penelitian** 71](#_Toc87976828)

[**4.1.1** **Data Informan** 72](#_Toc87976829)

[**4.1.2**  **Deskripsi Iklan** 72](#_Toc87976830)

[**4.1.3** **Analisis Denotasi, Konotasi, dan Mitos Roland Barthes Pada Iklan Gojek Versi “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan”** 75](#_Toc87976831)

[**4.1.4 Visualisasi iklan** 78](#_Toc87976832)

[**4.1.5**  **Pemaknaan Konvergensi Simbolis Pada Iklan Gojek Versi “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan”** 108](#_Toc87976833)

[**4.1.6** **Pembahasan Analisis Iklan** 110](#_Toc87976834)

[**4.2**  **Pembahasan Hasil Penelian** 113](#_Toc87976835)

[**4.2.1**  **Analisis Makna Iklan Gojek** 114](#_Toc87976836)

[**4.2.1.1 Makna Denotasi Pada Iklan Gojek Versi “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan”** 115](#_Toc87976837)

[**4.2.1.2** **Makna Konotasi Pada Iklan Gojek Gojek Versi “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan”** 121](#_Toc87976838)

[**4.2.1.3** **Makna Mitos Pada Iklan Gojek Versi “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan”** 126](#_Toc87976839)

[**4.2.2** **Representasi Kepuasan Pelanggan Pada Iklan Gojek** 127](#_Toc87976840)

[**4.3** **Komprehensif Analisis Judul Menurut Peneliti.** 128](#_Toc87976841)

[**BAB V**](#_Toc87976842) [**KESIMPULAN DAN SARAN** 129](#_Toc87976843)

[**5.1**  **Kesimpulan** 129](#_Toc87976844)

[**5.2**  **Saran** 132](#_Toc87976845)

[**DAFTAR PUSTAKA** 134](#_Toc87976846)

[**LAMPIRAN** 137](#_Toc87976847)

# **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Macam-Macam Iklan Gojek Indonesia Versi #Cerdikiawan………4

Tabel 2.2 Review Penelitian Sejenis……………………………………………….13

Tabel 2.3 Peta Tanda Roland Barthes…………………………………………… 50

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian…………………………………………………... 60

Tabel 4.1 Tabel Data Informan…………………………………………………….72

Tabel 4.2 Tabel Tabulasi Denotatif………………………………………………118

Tabel 4.3 Tabel Tabulasi Konotatif……………………………………………...124

Tabel 4.4 Tabel Tabulasi Mitos………………………………………………….127

# **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Iklan Gojek Lagu Hari Jadi Cerdikiawan…………………………...… 5
Gambar 2.1 Logo Youtube …………………………………….……………...41
Gambar 2.2 Logo Gojek………...………….……………………….….......... 42
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran……………………………………..…… 52
Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data…………………………….…… 66
Gambar 4.1 Visualisasi Iklan 1…………………………………………….…...… 78
Gambar 4.2 Visualisasi iklan 2………………………………………………....… 82
Gambar 4.3 Visualisasi Iklan 3…………………………………………………… 86
Gambar 4.4 Visualisasi Iklan 4…………………………………………………… 89
Gambar 4.5 Visualisasi Iklan 5………………………………………………….... 94
Gambar 4.6 Visualisasi Iklan 6…………………………………………………… 98
Gambar 4.7 Visualisasi Iklan 7……………………………………………………100
Gambar 4.8 Visualisasi Iklan 8………………………………………………..… 103
Gambar 4.9 Visualisasi Iklan 9………………………………………………..… 105

# **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Riwayat Hidup…………………………..………………...… 138

Lampiran 2 Pedoman Wawancara Ahli ………………….………………. 139

Lampiran 3 Pedoman Wawancara Akademisi ………………………...… 140

Lampiran 4 Pedoman Wawancara Pendukung ………………...………… 141

Lampiran 5 Data Informan Ahli ………………………………..………... 142

Lampiran 6 Data Informan Akademisi …………………………..………. 143

Lampiran 7 Data Informan Pendukung 1 …………………….………….. 144

Lampiran 8 Data Informan Pendukung 2 ………………………….…….. 145

Lampiran 9 Data Informan Pendukung 3 ………………………….…….. 146

Lampiran 10 Data Informan Pendukung 4 ………………………………. 147

Lampiran 11 Data Informan Pendukung 5 ………………………...…….. 148

Lampiran Surat Pernyataan ………………………………………………. 149