

## Daftar isi

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
Daftar isi .....	ix
Daftar tabel.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.2.1 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Kegunaan penelitian.....	5
<b>BAB II</b> KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1 Kajian Literatur .....	7
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	7
2.2 Kerangka Konseptual.....	14
2.2.1 Komunikasi .....	14
2.2.1.1. Pengertian Komunikasi .....	14
2.2.1.2. Tujuan Komunikasi.....	16
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi .....	18
2.2.1.4 Komunikasi Visual.....	20
2.2.2 Iklan.....	21
2.2.2.1 Pengertian Iklan.....	21
2.2.2.2 Tujuan Iklan.....	24
2.2.2.3 Fungsi Iklan.....	25
2.2.2.4 Jenis-jenis Iklan .....	27
2.2.3 Media Komunikasi .....	29

2.2.3.1	Pengertian Media Komunikasi .....	29
2.2.3.2	Fungsi Media Komunikasi .....	31
2.2.4	Televisi .....	32
2.2.4.1	Pengertian Televisi.....	32
2.2.4.2	Karakteristik Televisi .....	34
2.2.5	Iklan di Media Televisi .....	36
2.2.5.1	Pengertian Iklan Televisi.....	36
2.2.5.2	Kelebihan dan Kekurangan Iklan Televisi.....	36
2.2.5.3	Biaya Iklan Televisi .....	38
2.3	Kerangka Teoritis .....	39
2.3.1	Teori Interaksionisme Simbolik.....	39
2.3.2	Semiotika.....	43
2.3.2.1	Pengertian Semiotika.....	43
2.3.2.2	Macam-macam Semiotika .....	45
2.4	Kerangka Pemikiran .....	47
<b>BAB III SUBJEK OBJEK DAN METODOLOGI .....</b>		<b>54</b>
3.1	Subjek, Objek dan Metodologi .....	54
3.1.1	Subjek Penelitian.....	54
3.1.2	Objek Penelitian .....	56
3.1.3	Metodologi Penelitian .....	57
3.1.3.1	Paradigma Penelitian .....	59
3.1.3.2	Prosedur Pengumpulan Data.....	62
3.1.3.3	Rancangan Analisis Data .....	64
3.1.3.4	Kredibilitas Hasil Penelitian .....	67
3.1.4	Membuka Akses dan Menjalini Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	69
3.1.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	70
3.1.5.1	Lokasi Penelitian.....	70
3.1.5.2	Jadwal Penelitian .....	70
<b><u>BAB IV</u> HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>72</b>
4.1	Hasil Wawancara dengan Informan.....	73
4.1.1	Profil Informan.....	73
4.1.2	Hasil Wawancara .....	75
4.1.2.1	Penanda Iklan DANA Versi Musim Untuk Berubah .....	75

4.1.2.2 Petanda Iklan DANA Versi Musim Untuk Berubah .....	81
4.1.2.3 Interaksi Simbolik dalam Iklan DANA Versi Musim Untuk Berubah.....	85
4.2 Analisis Iklan Dana Versi Musim Untuk Berubah.....	89
4.3 Hasil Analisis Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....	110
4.3.1 Pembahasan Hasil Analisis Penanda Dalam Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....	111
4.3.2 Pembahasan Hasil Analisis Petanda Dalam Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....	112
4.3.3 Pembahasan Hasil Analisis Interaksi Simbolik Dalam Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	114
5.1 KESIMPULAN .....	114
5.2 SARAN.....	115
Daftar pustaka.....	116
Daftar Lampiran.....	119

## Daftar tabel

<b>Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabel 2.2 Trikotomi Ikon/Indeks/Symbol .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4.1 Profil Informan.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.2 Tabulasi Informan mengenai Penanda .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.3 Tabulasi Informan mengenai Petanda .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4.4 Tabulasi Informan mengenai Interaksi Simbolik .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4.5 Analisis Penelitian Scene 1 .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 4.6 Analisis Penelitian Scene 2 .....</b>	<b>95</b>
<b>Tabel 4.7 Analisis Penelitian Scene 3 .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabel 4.8 Analisis Penelitian Scene 4 .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabel 4.9 Analisis Penelitian Scene 5 .....</b>	<b>109</b>

## Daftar gambar

<b>Gambar 2.1 Biaya Iklan di Televisi.....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 2.2 Model Semiotika Ferdinand De Saussure .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Model Interaktif.....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar 4.1 Visualisasi Scene 1 Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....</b>	<b>90</b>
<b>Gambar 4.2 Visualisasi Scene 2 Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....</b>	<b>94</b>
<b>Gambar 4.3 Visualisasi Scene 3 Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....</b>	<b>98</b>
<b>Gambar 4.4 Visualisasi Scene 4 Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....</b>	<b>102</b>
<b>Gambar 4.5 Visualisasi Scene 5 Iklan Dana “Musim Untuk Berubah” .....</b>	<b>108</b>

## Daftar Lampiran

<b>Riwayat Hidup.....</b>	<b>119</b>
<b>Pedoman Wawancara .....</b>	<b>120</b>
<b>Surat Pernyataan .....</b>	<b>129</b>
Dokumentasi .....	130