

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
<i>RINGKESAN</i>.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.2.1. Fokus Penelitian.....	7
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8

1.3.1. Tujuan Penelitian	8
1.3.2. Kegunaan Penelitian	9
BAB II	11
2.1. Kajian Literatur	11
2.1.1. Review Penelitian Sejenis.....	11
2.2. Kerangka Konseptual	15
2.2.1. Komunikasi	15
2.2.2. Komunikasi Massa.....	19
2.2.3. Media Massa	23
2.2.4. Media Sosial	25
2.2.5. <i>Public Relations</i>	30
2.2.6. Iklan	37
2.2.7. Youtube.....	44
2.2. Kerangka Teoritis	46
2.2.1. Semiotika	47
2.2.2. Konstruksi Realitas Sosial	48
2.3. Kerangka Pemikiran	51
BAB III.....	58
3.1. Subjek Penelitian	58

3.1.1. Data Informan	59
3.2. Objek Penelitian	62
3.3. Metodologi Penelitian	62
3.3.1. Paradigma Penelitian	64
3.3.2. Prosedur Pengumpulan Data.....	66
3.3.3. Rancangan Analisis Data.....	68
3.3.4. Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan	70
3.4. Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	72
3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian	73
3.5.1. Lokasi Penelitian.....	73
3.5.2. Jadwal Penelitian	73
BAB IV	75
4.1. Hasil Penelitian.....	75
4.1.1. Analisis Iklan	78
4.1.2. Data Hasil Wawancara dan Observasi	89
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	130
4.2.1. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce	131
4.2.2. Analisis Kontruksi Realitas Sosial.....	138
BAB V.....	141

5.1. Kesimpulan.....	141
5.2. Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
LAMPIRAN.....	xviii