**DAFTAR ISI**

[LEMBAR PERSETUJUAN i](#_Toc75728045)

[PERNYATAAN ii](#_Toc75728046)

[ABSTRAK iii](#_Toc75728047)

[KATA PENGANTAR vi](#_Toc75728050)

[DAFTAR ISI ix](#_Toc75728051)

[DAFTAR TABEL xi](#_Toc75728052)

**DAFTAR GAMBAR......................................................................................................................xii**

BAB I [PENDAHULUAN 1](#_Toc75728054)

[1.1 Konteks Penelitian 1](#_Toc75728055)

[1.2 Fokus penelitian dan Pertanyaan Penelitian 7](#_Toc75728056)

[1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 7](#_Toc75728057)

[1.3.1 Tujuan Penelitian 7](#_Toc75728058)

[1.4 Kegunaan Penelitian 8](#_Toc75728060)

[1.4.1 Kegunaan praktis 8](#_Toc75728062)

[1.4.2 Kegunaan Akademis 8](#_Toc75728064)

[1.4.3 Kegunaan Teoritis 9](#_Toc75728065)

[1.5 Kajian Literatur 9](#_Toc75728066)

[1.5.1 Review Penelitian Sejenis 9](#_Toc75728067)

BAB II [KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 13](#_Toc75728070)

[2.1 Kerangka Konseptual 13](#_Toc75728071)

[2.1.1 Komunikasi 13](#_Toc75728072)

[2.1.2 *Public Relations* 16](#_Toc75728073)

[2.1.3 Periklanan 27](#_Toc75728074)

[2.2 Kerangka Teoretis 36](#_Toc75728075)

[2.2.1 Semiotika 36](#_Toc75728076)

[2.2.2 Teori Kontruksi Realitas Sosial 43](#_Toc75728077)

[2.3 Kerangka Pemikiran 45](#_Toc75728078)

BAB III [SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN 47](#_Toc75728081)

[3.1 Subjek Penelitian 47](#_Toc75728082)

[3.2 Objek Penelitian 49](#_Toc75728083)

[3.3 Metodologi Penelitian 50](#_Toc75728084)

[3.3.1 Paradigma Penelitian 52](#_Toc75728085)

[3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data 54](#_Toc75728086)

[3.3.3 Rancangan Analisis Data 58](#_Toc75728087)

[3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian 61](#_Toc75728088)

[3.3.5 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan Dengan Subjek Penelitian 62](#_Toc75728089)

[3.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian 62](#_Toc75728090)

[3.4.1 Lokasi 63](#_Toc75728091)

[3.4.2 Jadwal Penelitian 63](#_Toc75728092)

BAB IV [HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 64](#_Toc75728095)

[4.1 Hasil Penelitian 64](#_Toc75728096)

[4.1.1 Data Informan/Profil 64](#_Toc75728097)

[4.1.2 Data Hasil Wawancara dan Observasi 66](#_Toc75728098)

[4.2 Pembahasan Hasil Penelitian 113](#_Toc75728109)

[4.2.1 Analisis Simiotika Charles Sanders Pierce 115](#_Toc75728110)

[4.2.2 Analisis Kontruksi Realitas Sosial 125](#_Toc75728111)

BAB V [KESIMPULAN DAN SARAN 129](#_Toc75728113)

[5.1 Kesimpulan 129](#_Toc75728114)

[5.2 Saran 131](#_Toc75728115)

[DAFTAR PUSTAKA 133](#_Toc75728116)

[LAMPIRAN 134](#_Toc75728117)

# DAFTAR TABEL

[Tabel 1.1 *Review* Penelitian Sejenis 24](#_Toc75726373)

Tabel 4.1 [*Scene* 1 Iklan Layanan Masyarakat 78](#_Toc75726405)

Tabel 4.2 [*Scene* 2 Iklan Layanan Masyarakat 88](#_Toc75726407)

Tabel 4.3 [*Scene* 3 Iklan Layanan Masyarakat 95](#_Toc75726409)

Tabel 4.4 [*Scene* 4 Iklan Layanan Masyarakat 104](#_Toc75726411)

Tabel 4.5 [*Scene* 5 Iklan Layanan Masyarakat 113](#_Toc75726413)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keputusan Periklanan..................................................................................29

Gambar 1.2 *Triangle Meaning*.........................................................................................42

Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran Penelitian....................................................................46

Gambar 4.1 *Scene* 1 Iklan Layanan Masyarakat..............................................................66

Gambar 4.2 *Scene* 2 Iklan Layanan Masyarakat..............................................................76

Gambar 4.3 *Scene* 3 Iklan Layanan Masyarakat..............................................................82

Gambar 4.4 *Scene* 4 Iklan Layanan Masyarakat..............................................................91

Gambar 4.5 *Scene* 5 Iklan Layanan Masyarakat..............................................................101