

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Fokus Penelitian/Pertanyaan Masalah.....	5
Fokus Penelitian.....	5
Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
Tujuan Penelitian .....	6
Kegunaan Penelitian .....	6
Kegunaan Teoritis.....	6
Kegunaan Praktis .....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA dan KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Literatur .....	8
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	8
2.2 Kerangka Konseptual.....	16
2.2.1    Komunikasi .....	16
2.2.1.1    Pengertian Komunikasi.....	16
2.2.1.2    Fungsi Komunikasi .....	19
2.2.1.3    Tujuan Komunikasi.....	21
2.2.1.4    Proses Komunikasi.....	22
2.2.2    Media Komunikasi.....	24
2.2.3    Komunikasi Massa.....	25
2.2.3.1 Fungsi Komunikasi Massa.....	26

2.2.4	Iklan .....	27
2.2.5.1	Jenis Iklan .....	29
2.2.5.2	Media Iklan .....	31
2.2.5	Periklanan .....	32
2.2.5.1	Fungsi Periklanan.....	34
2.2.5.2	Tujuan Periklanan .....	35
2.2.6	Gojek Indonesia .....	36
2.2.7	GOPAY .....	38
2.2.8	YouTube .....	39
2.3	Kerangka Teoritis.....	42
2.3.1	Semiotika .....	42
2.3.1.1	Semiotika Roland Barthes.....	44
2.3.2	Kontruksi Realitas Sosial .....	48
2.3.3	Hubungan Semiotika Roland Barthes dengan Konstruksi Realitas Sosial.....	50
2.4	Kerangka Pemikiran.....	53
<b>BAB III</b>	.....	<b>57</b>
<b>SUBJEK, OBJEK dan METODOLOGI PENELITIAN</b>	.....	<b>57</b>
3.1	Subjek Penelitian .....	57
3.2	Objek Penelitian.....	59
3.3	Metodologi Penelitian.....	60
3.3.1	Paradigma Penelitian.....	61
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data.....	63
3.3.3	Rancangan Analisis Data .....	65
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian .....	67
3.4	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian .....	68
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	68
3.5.1	Lokasi Penelitian.....	68
3.5.2	Jadwal Penelitian .....	69
<b>BAB IV</b>	.....	<b>70</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>70</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	70
4.1.1	Data Informan .....	71

4.1.2	Deskripsi Iklan .....	73
4.1.3	Analisis Iklan .....	75
<b>4.1.1</b>	.....	76
4.1.3.1	Hasil Analisis <i>Scene 1</i> .....	76
1.	Penanda.....	76
<b>4.1.3</b>	.....	78
4.1.3.2	Hasil Analisis <i>Scene 2</i> .....	78
1.	Penanda.....	79
4.1.3.3	Hasil Analisis <i>Scene 3</i> .....	82
1.	Penanda.....	83
4.1.3.4	Hasil Analisis <i>Scene 4</i> .....	86
1.	Penanda.....	86
2.	Petanda.....	87
4.1.3.5	Hasil Analisis <i>Scene 5</i> .....	90
1.	Penanda.....	90
2.	Petanda.....	91
4.1.3.6	Hasil Analisis <i>Scene 6</i> .....	93
1.	Penanda.....	93
2.	Petanda.....	94
4.1.3.7	Hasil Analisis <i>Scene 7</i> .....	97
1.1.1.1	Hasil Analisis <i>Scene 8</i> .....	97
1.	Penanda.....	97
2.	Petanda.....	98
4.1.3.8	Hasil Analisis <i>Scene 8</i> .....	102
1.	Penanda.....	102
2.	Petanda.....	103
4.1.3.9	Hasil Analisis <i>Scene 9</i> .....	106
1.	Penanda.....	106
2.	Petanda.....	107
4.1.3.10	Hasil Analisis <i>Scene 10</i> .....	110
1.	Penanda.....	111
2.	Petanda.....	112

4.1.3.11	Analisis Mitos yang Dibangun.....	115
4.2	Pembahasan.....	121
4.2.1	Konstruksi Makna Kata Kebetulan pada Iklan GoPay Versi “Bukan Kebetulan Kamu Lihat Video Ini” .....	125
<b>BAB V</b>	.....	129
	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	129
5.1	Simpulan .....	129
5.2	Saran .....	131
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	132