

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وَإِذْ تَأْتِيَنَّكُمْ رِيبًا مِنْ بَيْنِ أَيْدِيكُمْ وَأُخْرَىٰ خَلَّتْ بِكُمْ الْأَنْهَارُ يَأْتِيَكُمُ الْمَاءُ مِنْ خَلْفِكُمْ يَضْرِبُكُمْ فَارْتَدُّوا عَلَىٰ أَعْقَابِهِمْ لِئَلاَّ يَأْتِيَهُمُ الْمَاءُ مِنْ أَمَامِهِمْ فَسَبَّحُوا بِحَمْدِ رَبِّهِمْ وَرَأَىٰ اللَّهُ كُفْرَهُمْ فَاصْفَاهُ إِنَّهُ صَاحِبٌ بِصِيرٍ

عَذَابِي لَشَدِيدٌ

Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih"

(QS. Ibrahim : 7)

Persembahan

Skripsi ini ku persembahkan kepada kedua orang tuaku yang telah mendidikku,
hingga aku mengerti makna hidup sesungguhnya.

Semua guru-guruku yang telah membukakan mataku akan pentingnya
pendidikan.

Serta saudara dan sahabat-sahabatku yang selalu mensupport untuk terselainya
skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah – Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjanah strata satu (S-1), dapat terselesaikan dengan lancar. Seiring dengan itu penulisan sangat berterima kasih kepada kedua orang tua karena berkat dukungan materi dan spiritual kepada anaknya yang tercintah untuk menyelesaikan studinya strata satu (S1).

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam – dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Aswadi, M.Ag. Selaku Dekan,
2. Bapak Ali Nurdin, S.Ag, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Choirul Arief, M. Fil.i. Selaku pembimbing.
4. Kedua Orang tua saya.
5. Segenap keluarga besar saya; Titi jayanti, Puspita Sari, Sarif Hidayatullah, Faizal Rahman Amirullah dan *family – family* saya lainnya yang selalu memberikan dukungan moril serta sebagai faktor pendorong untuk terselesaikannya Skripsi ini
6. Bapak Yoyon Mudjiono, Bapak AM. Moefad, Bapak Abid R, Ibu Nikmah HS dan beberapa lainnya selaku dosen – dosen saya yang tak pernah letih mengajarkan dan mengarahkan saya selama belajar sampai pada selesainya penulisan Skirpsi saya.
7. Teman-teman ku seperjuangan dalam skripsin ini. Tanpa kalian mungkin

skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan.

Dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun, besar harapan kami bahwa karya ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya, dan pada pembaca pada umumnya, serta dapat menambah khasanah bagi ilmu komunikasi broadcasting.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah bapak/ibu, dan Saudara – saudara berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT, Amin.

Surabaya, 06 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	8
F. Definisi Konsep.....	9
G. Kerangka Pikir Penelitian	12
H. Metode Penelitian.....	13
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	13
2. Unit analisis	14
3. Sumber Data.....	14
4. Tahapan penelitian.....	15
5. Teknik Pengumpulan Data.....	16
6. Teknik Analisis Data.....	16
I. Sistematika Pembahasan	17
BAB II : KAJIAN TEORETIS.....	20
A. Kajian Pustaka	20
1. Iklan.....	20
a. Definisi Umum Iklan.....	20
b. Iklan Menurut Pakar.....	21
c. Peranan Iklan.....	21
d. Karakteristik Daya Tarik Iklan.....	22
e. Jenis Iklan Televisi.....	23
2. Sejarah Periklanan Indonesia	24

3. Kode Etik Periklanan.....	27
4. Fungsi Iklan	32
5. Iklan Televisi di Indonesia	34
6. Pesan Moral	36
B. Kajian Teoretis	40
1. Semiotika Komunikasi Visual.....	40
2. Semiologi Roland Barthes.....	50
3. Teori Representasi.....	56
BAB III : PENYAJIAN DATA	58
A. Deskripsi Subyek, Obyek, dan Wilayah Penelitian.....	58
1. Deskripsi Subyek.....	58
a. Profil Media	58
b. Produk L.A. Lights.....	61
c. Produk Kompotitor L.A. Lights.....	62
2. Obyek dan Wilayah Penelitian	66
a. Profil Iklan	66
b. Visualisasi Dalam Karakter Dari Setiap Tokoh.....	67
c. Sinopsis Iklan	68
B. Deskripsi Data Penelitian	69
1. Visualisasi Iklan	70
2. Analisis Semiotika Iklan L.A Lights	74
3. Makna dan pesan versi perusahaan	76
BAB IV : ANALISIS DATA	81
A. Temuan Penelitian.....	81
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori.....	85
BAB V : PENUTUP.....	87
A. Simpulan.....	87
B. Saran.....	88
Daftar Pustaka	
Biodata Penulis	
Lampiran – lampiran.	