

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR SCENE	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	10
F. Definisi Konsep.....	12
G. Metode Penelitian	16
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	16
2. Unit Analisis.....	16

3. Jenis dan Sumber Data	17
4. Tahap-Tahap Penelitian.....	17
5. Teknik Pengumpulan Data	18
6. Teknik Analisis Data	19
H. Sistematika Pembahasan	20
BAB II : KAJIAN TEORITIS.....	22
A. Kajian Pustaka.....	22
1. Proses Komunikasi Dalam Periklanan	22
2. Kejujuran Kampanye Dalam Iklan.....	26
3. Representasi kejujuran dalam iklan LA lights menurut Charles Sanders Pierce.....	29
4. Iklan Rokok Di Televisi	31
5. Semiotik.....	35
6. Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce.....	36
B. Kajian Teori	39
BAB III : PENYAJIAN DATA	49
A. Deskripsi subyek Penelitian	49
Subyek Penelitian	49
a) Sejarah dan Profil PT. Djarum.....	49
b) LA Lights.....	52
c) LA Lights Versi Kampanye.....	53
B. Deskripsi Data Penelitian.....	54

BAB IV	: ANALISIS DATA	63
	A. Temuan Penelitian.....	63
	B. Konfirmasi Temuan dengan Teori	70
BAB V	: PENUTUP	
	A. Kesimpulan	
	B. Rekomendasi	

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Klasifikasi Tanda menurut C.S. Pierce	37
Tabel 2.2 Teknik pengambilan sudut kamera.....	46
Tabel 3.1 Cuplikan scene iklan rokok LA lights.....	59
Tabel 3.1 Cuplikan scene iklan rokok LA lights.....	63
Tabel 3.1 Cuplikan scene iklan rokok LA lights.....	65

DAFTAR SCENE

Scene 4.1 kampanye.....	69
Scene 4.2 panggung.....	70
Scene 4.3 Logo Partai.....	71
Scene 4.4 Topeng.....	71
Scene 4.5 Peserta kampanye.....	72
Scene 4.6 Mengantuk.....	72
Scene 4.7 Mengoperasikan Handphone.....	73
Scene 4.8 Membuang muka cemberut.....	73
Scene 4.9 Topeng Monyet.....	74
Scene 4.10 Tepuk tangan.....	74
Scene 4.11 Tertawa	75
Scene 4.12 Obyek.....	75
Scene 4.13 Brand iklan rokok.....	76
Scene 4.14 Jargon.....	76