DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAKSI viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I : PENDAHULUAN 1

A. Konteks Penelitian 1

B. Fokus Penelitian 6

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 6

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 7

F. Definisi Konsep 8

G. Kerangka Pikir Penelitian 13

H. Metode Penelitian 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 13

2. Unit Analisis 14

3. Jenis dan Sumber Data 14

4. Tahap-Tahap Penelitian 15

5. Teknik Pengumpulan Data 16

6. Teknik Analisis Data 17

I. Sistematika Pembahasan 20

BAB II : KAJIAN TEORITIS 22

A. Kajian Pustaka 22

1. Periklanan 22

2. Kegagahan Pria Dalam Iklan 25

3. Iklan Rokok Di Televisi 30

B. Kajian Teori 33

1. Representasi 33

2. Analisis Kritis 36

3. Teori Simbol 37

4. Semiotik C.S Pierce 40

BAB III : PENYAJIAN DATA 44

A. Deskripsi subyek, Obyek dan Wilayah Penelitian 44

1. Subyek Penelitian 44

a) Sejarah dan Profil PT. Djarum 44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Djarum Super 47

c) Djarum Super "*My Great Adventure*" 49

2. Obyek Penelitian 53

a) Gambar 53

b) *Setting* 55

c) *Property* 55

d) *Gesture* 56

e) Kostum 57

f) *Scene* Iklan 58

3. Wilayah Penelitian 60

B. Deskripsi Data Penelitian 60

BAB IV : ANALISIS DATA 67

A. Temuan Penelitian 67

1. Tokoh Pria Petualang Djarum Super 67

2. Analisis Tanda 69

a). Intrepretasi Makna Tanda Tipe Ikon 71

b). Intrepretasi Makna Tanda Tipe Indeks 76

c). Intrepretasi makna Tanda Tipe Simbol 87

3. Analisis *Scene* 90

4. Pembahasan Analisis Tanda 96

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 97

1. Teori Simbol 97

BAB V : PENUTUP 100

A. Kesimpulan 100

B. Rekomendasi 102

Daftar Pustaka 104

A. Buku 104

B. Jurnal 105

C. Internet 106

Biodata Penulis

Lampiran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Proses Representasi menurut Fiske 34

Tabel 2.2 Klasifikasi Tanda menurut C.S. Pierce..... 41

Tabel 4.1 Identifikasi dan Klasifikasi Tanda..... 69

Tabel 4.2 Intrepretasi Tanda Tipe Ikon 71

Tabel 4.3 Intrepretasi Tanda Tipe Indeks..... 76

Tabel 4.4 Intrepretasi Tanda Tipe Simbol..... 87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pikir Peneliti 13

Gambar 1.2 Teori Segitiga Pierce 17

Gambar 3.1 Pembagian *Scene* dalam Iklan Djarum Super 60

Gambar 3.2 *Body Copy* 62

Gambar 3.3 Kostum Kaos Berwarna Cerah 64

Gambar 4.1 Adriano Model Iklan Pertama 67

Gambar 4.2 Marcello Model Iklan Kedua 68

Gambar 4.3 Jeje Model Iklan Ketiga 68

Gambar 4.4 a Adriano menatap ke kamera 72

Gambar 4.4 b Isyarat ajakan dengan mengerakkan kepala ke kanan 72

Gambar 4.5 *Body Copy* Iklan Djarum Super 75

Gambar 4.6 *Gesture* Tertawa 82

Gambar 4.7 *Gesture* Tatapan Tajam 83

Gambar 4.8 *Property* Kaos Berwarna terang 84

Gambar 4.9 Logo Produk Djarum Super 89

Gambar 4.10 Simbol Otot pada Model 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id