KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN SURABAYA IAIN SUNAN AMPEL

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR BAGAN xv

BAB I : PENDAHULUAN 1

A. Konteks Penelitian 1

B. Fokus Penelitian 5

C. Tujuan Penelitian 5

D. Manfaat Penelitian 5

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 6

F. Definisi Konsep 8

G. Kerangka Pikir Penelitian 12

H. Metode Penelitian 15

I. Pendekatan dan Jenis Penelitian 15

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. Unit Penelitian 16

2. Jenis dan Sumber Data 16

3. Tahapan Penelitian 17

4. Teknik Pengumpulan Data 18

5. Teknik Analisis Data 18

J. Sistematika Pembahasan 21

BAB II : KAJIAN TEORITIS 22

A. Kajian Pustaka 22

1. Periklanan Dalam Proses Komunikasi 22

2. Televisi Sebagai Media Iklan 26

3. Komunikasi/Pesan Verbal dan Nonverbal 27

4. Hubungan Media Massa dengan Realitas Sosial 29

5. *Setting* Sosial Politik Masyarakat Indonesia 32

6. Pendekatan Parodi Pada Iklan Televisi 35

7. Kebudayaan Masyarakat Jawa 37

8. Mitos Jin Botol 38

B. Kajian Teori 39

1. Semiotika Komunikasi 39

2. Semiotika Pendekatan Charles Sander Pierce 42

3. Teori yang Relevan 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

BAB III : PENYAJIAN DATA 48

A. Deskripsi subyek, Obyek dan Wilayah Penelitian 48

1. Subyek Penelitian 48

a) Profil Perusahaan Djarum 48

b) Djarum 76 52

2. Obyek Penelitian 53

a) Tokoh 53

b) *Scene* Iklan 54

c) Pesan Verbal 54

d) Pesan Nonverbal 55

e) *Setting* 57

3. Wilayah Penelitian 57

B. Deskripsi Data Penelitian 58

BAB IV : ANALISIS DATA 69

A. Temuan Penelitian 69

1. Analisis Penokohan 69

2. Analisis *Scene* Iklan 78

3. Analisis Pesan Verbal 84

4. Analisis Pesan Nonverbal 85

5. Analisis *Setting/Bacground* 95

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 97

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

BAB V : PENUTUP 105

A. Simpulan 105

B. Rekomendasi 107

Daftar Pustaka

Biodata Penulis

Lampiran-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 1.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 6

Tabel 1.2 Tanda, Ikon, Indeks, Simbol 19

Tabel 4.1 Penokohan Tokoh Utama 66

Tabel 4.2 Penokohan Tokoh Kedua 70

Tabel 4.3 Penokohan Tokoh Ketiga 73

Tabel 4.4 *Scene* Tatap Muka Petugas dan Pemuda 75

Tabel 4.5 *Scene* Tatap Muka Pemuda dan Jin 78

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 *Scene* Iklan Djarum 76 Versi "Wani Piro" 20

Gambar 3.1 *Scene* Tatap Muka Petugas dan Pemuda 57

Gambar 3.2 *Scene* Tatap Muka pemuda dan Jin 57

Gambar 3.3 Poci tanah Liat Pada Iklan Djarum 76..... 63

Gambar 4.1 Tokoh Jin Dalam Iklan Djarum 76 Versi "Wani Piro" 65

Gambar 4.2 Tokoh Pemuda Dalam Iklan Djarum 76 Versi "Wani Piro" 69

Gambar 4.3 Tokoh Pegawai Dalam Iklan Djarum 76 Versi "Wani Piro" 72

Gambar 4.4 Foto Gayus Tambunan Saat Di Bali dan Gambar Figur Ketiga .. 72

Gambar 4.5 Ekspresi Wajah Kurang Ramah..... 74

Gambar 4.6 *Scene* Iklan Tatap Muka Petugas dan Pemuda 75

Gambar 4.7 *Scene* Iklan Tatap Muka Pemuda dan Jin..... 78

Gambar 4.8 Busana Pria Jawa..... 88

Gambar 4.9 Pakaian Dinas yang Menunjukkan Kelas kekuasaan 90

Gambar 4.10 Poci dalam iklan dan Poci Tempat Menyeduh Teh..... 90

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 BAGAN

Bagan 1.1 Makna Segitiga Pierce 12

Bagan 1.2 Skema kerangka Pikir Penelitian 13

Bagan 2.1 Proses Komunikasi Antar Manusia..... 23

Bagan 2.2 Hubungan Komponen dalam Analisis Semiotik..... 39

Bagan 2.3 Kategori Tipe Tanda Pierce 40

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