

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR BAGAN	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan teoritis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	6
1.5 Penelitian Terdahulu.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
1.7 Langkah-Langkah Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 komunikasi Massa.....	19
2.1.1 Komunikasi Massa.....	19
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa.....	20

2.1.4 Unsur-Unsur Komunikasi Massa	22
2.2 Iklan	24
2.2.1 Bagian-Bagian Pada Biro Iklan	26
2.2.2 Komunikasi Periklanan	29
2.2.3 Iklan Media Penyiaran.....	31
2.2.4 Kekuatan Iklan Televisi.....	33
2.3 semiotika dan tanda	34
2.4 semiotika Roland Barthes	47
2.4.2 Langue dan Parole	50
2.4.2 Penanda dan Tanda	51
2.5 Teori-Teori Makna	53
BAB III OBJEK DAN HASIL PENELITIAN	60
3.1 Objek Penelitian	60
3.1.1 sejarah PT. Surya Madistrindo	60
3.1.2 lokasi perusahaan	61
3.1.3 Visi dan Misi.....	62
3.1.4 Logo perusahaan	62
3.1.5 Struktur organisasi.....	63
3.2 Hasil Penelitian Iklan Gudang Garam Surya Rise and Shine	65
3.2.1 Deskripsi penanda (<i>signifier</i>) dan petanda (<i>signified</i>) dan Makna Denotatif serta Konotatif Dalam Iklan Gudang Garam Surya Rise and Shine Versi “Quest to Chase the Sun”.....	65
BAB IV PENUTUP	160

4.1 Simpulan.....	160
4.2 Saran.....	164

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG