

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Kerangka Teori	6
1.5.1 Semiotika	6
1.5.2 Konsep Semiotika Roland Barthes	7
1.5.3 Denotasi	8
1.5.4 Konotasi	8
1.5.5 Mitos	9

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Dasar Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.3 Iklan.....	15
2.3.1 Pengertian Iklan.....	15
2.3.2 Tujuan Periklanan.....	16

2.3.3 Fungsi Periklanan	17
2.4 Strategi Kreatif Iklan.....	18
2.5 Media Iklan.....	19
2.6 Youtube	22
2.7 Youtube Sebagai Media Promosi.....	23
2.8 Penelitian Sebelumnya	24

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Subyek dan Obyek Penelitian.....	28
3.3 Sumber Data	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1 Analisis Isi Kualitatif.....	29
3.4.2 Dokumentasi.....	29
3.5 Analisis Data.....	30
3.6 Uji Keabsahan Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	36
4.1.1 Identifikasi Umum Iklan Bukalapak pada Serial Youtube Medok Pendekar Jari Sakti	36
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Episode 1	37
4.2.2 Episode 2	53
4.2.3 Episode 3	71
4.2.4 Episode 4	87
4.2.5 Episode 5	101
4.2.6 Episode 6	122
4.2.7 Episode 7	138
4.2.8 Episode 8	154
4.3 Pembahasan	173

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	183
5.2 Saran.....	185

DAFTAR PUSTAKA.....	186
----------------------------	-----

LAMPIRAN	190
-----------------------	-----