

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	xiv
HALAMAN ABSTRAK.....	xv
HALAMAN <i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Teori.....	10
1.5.1 Semiotika	10
1.5.2 Komodifikasi.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Iklan	21
2.1.1 Definisi Iklan.....	21

2.1.1 Fungsi Iklan.....	..22
2.1.3 Tujuan Iklan23
2.2 Media Iklan24
2.3 <i>New Media</i>25
2.3.1 Definisi <i>New Media</i>25
2.3.2 Karakteristik Media Baru28
2.4 Media Sosial.....	..29
2.4.1 Definisi Media Sosial29
2.4.2 Manfaat Media Sosial.....	..32
2.4.3 Karakteristik Media Sosial33
2.5 <i>Instagram</i>36
2.5.1 Pengertian <i>Instagram</i>36
2.5.2 Kegunaan Fitur <i>Instagram</i>37
2.6 Media Sosial Sebagai Media Iklan.....	..40
2.7 Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Media Iklan42
2.8 Iklan Sebagai Reproduksi Tanda dan Makna.....	..43
2.8.1 Tanda-tanda Dalam Iklan44
2.8.2 Tanda-tanda Dalam Iklan di <i>Instagram</i>45
2.9 Penelitian Sebelumnya46
2.9.1 Analisis Efektifitas Iklan <i>Online</i> Media Sosial Facebook dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Dakwah Ana Muslim.....	..46
2.9.2 Komodifikasi Wanita Berhijab Dalam Produk	

Perawatan Rambut (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan TVC Produk <i>Sunsluk Clean and Fresh</i>	47
2.9.3 Kajian Visual Iklan <i>The Harvest</i> pada Media Sosial <i>Instagram</i> Dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Objek Penelitian	51
3.3 Sumber Data.....	53
3.3.1 Data Primer.....	53
3.3.2 Data Sekunder.....	54
3.4 Teknik Analisis Data.....	54
3.5 Teknik Keabsahan Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1 Profil Sariayu Hijab <i>Haircare</i>	60
4.1.1.1 Sejarah Berdirinya Sariayu Martha Tilaar.....	60
4.1.1.2 Sariayu Martha Tilaar	63
4.1.1.2.1 Visi Perusahaan	64
4.1.1.2.2 Misi Perusahaaa	64
4.1.1.3 Sariayu Hijab <i>Haircare</i>	65

4.2 Hasil Penelitian	69
4.2.1 Tanda dan Makna Iklan Silaturahmi Alyssa Soebandono.....	69
4.2.1.1 Makna Denotasi Gambar Iklan 4.2	71
4.2.1.2 Makna Konotasi Gambar Iklan 4.2	72
4.2.2 Tanda dan Makna Dalam Iklan Bunga Krisan di Hari Ibu.....	82
4.2.2.1 Makna Denotasi Gambar Iklan 4.3	84
4.2.2.2 Makna Konotasi Gambar Iklan 4.3	85
4.2.3 Tanda dan Makna Dalam Iklan Tanaman Lidah Buaya Berjuta Manfaat	91
4.2.3.1 Makna Denotasi Gambar Iklan 4.4	92
4.2.3.2 Makna Konotasi Gambar Iklan 4.4	93
4.2.4 Tanda dan Makna Dalam Iklan Membuka Pintu Hidayah	99
4.2.4.1 Makna Denotasi Gambar Iklan 4.5	100
4.2.4.2 Makna Konotasi Gambar Iklan 4.5	101
4.2.5 Tanda dan Makna Dalam Iklan Beraneka Macam Buah dan Sayuran	108
4.2.5.1 Makna Denotasi Gambar Iklan 4.6	109
4.2.5.2 Makna Konotasi Gambar Iklan 4.6	110
4.2.6 Tanda dan Makna Dalam Iklan Cabai dan Sariayu Hijab <i>Haicare</i>	118
4.2.6.1 Makna Denotasi Gambar Iklan 4.7	119
4.2.6.2 Makna Konotasi Gambar Iklan 4.7	120
4.3 Pembahasan.....	125

BAB V PENUTUP	141
5.1 Kesimpulan	141
5.2 Saran.....	143

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN