

DAFTAR ISI

	Halaman
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 TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Teori.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Ilmu Komunikasi.....	13
2.1.1 Komunikasi Visual.....	15
2.2 Semiotika.....	18
2.3 Kajian Semiotika dalam Komunikasi.....	21
2.4 Makna Nilai Moral	22
2.5 Iklan.....	28
2.5.1 Tujuan Periklanan	30
2.6 Bukalapak.com.....	31
2.7 Youtube	36

2.8	Youtube Sebagai Media Promosi.....	37
2.5	Penelitian Terdahulu	39
BAB III	METODE PENELITIAN.....	42
3.1	Jenis Penelitian.....	42
	3.1.1 Penelitian Kualitatif	42
	3.1.2 Perspektif Interpretatif	43
3.2	Objek Penelitian	46
3.3	Sumber Data.....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5	Teknik Analisis Data.....	48
3.6	Uji Validitas Data.....	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Identifikasi Umum Iklan Bukalapak.com	54
4.2	Visualisasi dan Deskripsi Iklan Bukalapak.com.....	55
4.3	Analisis Iklan.....	57
	4.3.1 Makna Tanda Iklan pada Scene 1	57
	4.3.2 Makna Tanda Iklan pada Scene 2	61
	4.3.3 Makna Tanda Iklan pada Scene 3	65
	4.3.4 Makna Tanda Iklan pada Scene 4	68
	4.3.5 Makna Tanda Iklan pada Scene 5	72
4.4	Pembahasan Penelitian.....	78
BAB V	PENUTUP.....	91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran.....	92
	5.2.1 Saran Akademis	92
	5.2.1 Saran Praktis	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN