

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	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 Teori Resepsi	10
1.5.2 Teori Resepsi Model <i>Encoding-Decoding</i>	12

BAB II.....	15
2.1 Khalayak	15
2.2 Iklan	17
2.2 Daya Tarik Iklan	19
2.2.1 Daya Tarik Iklan Rasional	20
2.2.2 Daya Tarik Iklan Emosional	21
2.2.3 Daya Tarik Gabungan	22
2.3 Iklan Televisi	22
2.4 Etika Pariwisata Indonesia	27
2.5 Penelitian Terdahulu	28
2.6 Perbedaan Penelitian.....	31
BAB III	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Sumber Data.....	34
3.2.1 Data Primer	34
3.2.2 Data Sekunder	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Wawancara.....	36
3.3.2 Dokumentasi	38
3.4 Teknik Analisis Data.....	38
3.5 Teknik Keabsahan Data	39

BAB IV	41
4.1 Deskripsi Bank Mandiri	41
4.2 Deskripsi Produk Mandiri KPR Milenial.....	43
4.3 Deskripsi Iklan Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah	46
4.4 Etika Pariwisata dalam Iklan Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah	50
4.5 Preferred Reading	51
4.6 Deskripsi Profil Informan	57
4.6.1 Informan 1 (Fauzan Rhomadi).....	57
4.6.2 Informan 2 (Tamara Maulidya).....	58
4.6.3 Informan 3 (Jeni Pramesti).....	59
4.6.4 Informan 4 (Ifvan Angga Kusuma).....	61
4.6.5 Informan 5 (Sustri Emiharti).....	62
4.6.6 Informan 6 (Bagawat Gede Pambudi).....	64
4.6.7 Informan 7 (Fitriani Sussanti)	65
4.7 Data Temuan Hasil Wawancara.....	67
4.7.1 Kebiasaan Menggunakan Media dan Terpaan Iklan	67
4.7.2 Pemaknaan Audiens Terhadap Generasi Milenial	73
4.7.3 Pemaknaan Audiens Terhadap Produk Mandiri KPR Milenial	76
4.7.4 Pemaknaan Audiens Terhadap Pesan dalam Iklan Bank Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah	80

4.7.5 Pemaknaan Audiens Terhadap Iklan Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelrumah.....	93
4.8 Pembahasan.....	105
BAB V	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	121
5.2.1 Bagi Pembuat Iklan.....	121
5.2.2 Bagi Audiens.....	121
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Dasar-dasar Daya Tarik Emosional.....	20
Tabel 3.1. Daftar Informan Audiens Iklan Bank Mandiri Edisi Mandiri Kpr Milenial.....	34
Tabel 4.1. Suku Bunga Mandiri KPR Milenial.....	42
Tabel 4.2. Konsumsi Media Informan Penelitian.....	67
Tabel 4.3. Informan dan Terpaan Iklan Televisi.....	68
Tabel 4.4. Pemaknaan Audiens Terhadap Generasi Milenial.....	71
Tabel 4.5. Pemaknaan Audiens Terhadap Produk KPR dan Mandiri KPR Milenial.....	74
Tabel 4.6. Pemaknaan Audiens Terhadap Pesan Daripada Bayar Kos Mending Beli Rumah.....	79
Tabel 4.7. Pemaknaan Audiens Terhadap Keuntungan dalam Iklan.....	83
Tabel 4.8. Tabel Pemaknaan Audiens Terhadap Pesan Muda Beli Rumah.....	87
Tabel 4.9 Pemaknaan Audiens Terhadap Iklan Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR.....	97
Tabel 4.10. Tabel Pemaknaan Informan.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Bank Mandiri.....	39
Gambar 4.2 Banner Mandiri Group Baru.....	40
Gambar 4.3 Potongan Iklan Audio Visual Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah I.....	44
Gambar 4.4 Potongan Iklan Audio Visual Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah II.....	45
Gambar 4.5 Potongan Iklan Audio Visual Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah III.....	46
Gambar 4.6. Iklan Audio Visual Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah IV.....	48
Gambar 4.7. Iklan Audio Visual Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah V.....	49
Gambar 4.8. Iklan Audio Visual Bank Mandiri Edisi Mandiri KPR Milenial #Mudabelirumah VI.....	51