

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.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Teori	
1.5.1 Teori Semiotika.....	8
1.5.2 Kebebasan.....	13
1.5.3 Konseptualisasi Iklan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konseptualisasi Iklan	

2.1.1	Pengertian Iklan.....	20
2.1.2	Periklanan Sebagai Proses Komunikasi.....	22
2.1.3	Jenis-jenis Iklan.....	23
2.1.4	Periklanan dalam Semiotika.....	27
2.2	Teori Semiotika	
2.2.1	Pengertian Semiotika.....	28
2.2.2	Elemen Dasar dalam Semiotika.....	31
2.2.3	Makna.....	32
2.2.4	Semiotika Roland Barthes.....	37
2.2.5	Ideologi dan Mitologi.....	41
2.2.6	Budaya dan Mitos : Laki-laki dan Perempuan.....	42
2.3	Media Televisi	
2.3.1	Televisi Sebagai Media Massa.....	44
2.3.2	<i>Shot Sizing</i>	46
2.4	Kebebasan	
2.4.1	Pengertian Kebebasan.....	50
2.4.2	Kebebasan dalam Arti Sosio-Politik.....	52
2.5	Top Brand Award.....	55
2.6	Penelitian Sejenis.....	56
BAB III METODELOGI		
3.1	Jenis Penelitian.....	59
3.2	Metode Penelitian.....	59
3.3	Objek Penelitian.....	60
3.4	Jenis Data	
a.	Data Primer.....	60

b. Data Sekunder.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	
3.5.1 Dokumentasi.....	61
3.5.2 Studi Pustaka.....	61
3.6 Tahapan Analisis Data.....	62
3.7 Uji validitas.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Hutchison CP Telecommunication.....	64
4.1.2 Visi dan Misi.....	64
4.1.3 Pergantian nama PT HCPT.....	65
4.1.4 Deskripsi Produk Provider 3 (<i>three</i>).....	65
4.1.5 Kompetitor Provider 3 (<i>three</i>).....	72
4.1.6 Sekilas tentang AXIS.....	75
4.1.7 Gambaran Umum Iklan 3 (<i>three</i>) <i>Always On</i>	76
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Iklan 3 (<i>three</i>) <i>Always On</i> versi Sasha.....	79
4.2.2 Iklan 3 (<i>three</i>) <i>Always On</i> versi Bima.....	120
4.3 Pembahasan.....	139

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	143
5.2 Saran.....	144

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Ikon, Indeks, Tabel	35
Tabel 1.2 Masalah Media Massa	45
Tabel 1.3 <i>Shot Size</i>	47
Tabel 1.4 TBI Sim Card GSM Prabayar 2009	72
Tabel 1.5 TBI Sim Card GSM Prabayar 2010	72
Tabel 1.6 TBI Sim Card GSM Prabayar 2011	73
Tabel 1.7 TBI Sim Card GSM Prabayar 2012	73
Tabel 1.8 TBI Sim Card GSM Prabayar 2013	74
Tabel 1.9 <i>Scene 1</i> : Sasha di kamar	84
Tabel 1.10 <i>Scene 2</i> : Sasha di Danau	89
Tabel 2.1 <i>Scene 3</i> : Sasha di Bar	96
Tabel 2.2 <i>Scene 4</i> : Sasha di Peron	102
Tabel 2.3 <i>Scene 5</i> : Sasha di Bus	109
Tabel 2.4 <i>Scene 6</i> : Tagline <i>AlwaysOn</i>	113
Tabel 2.5 <i>Scene 7</i> : Tagline <i>AlwaysOn</i>	114
Tabel 2.6 <i>Scene 8</i> : Logo 3	116
Tabel 2.7 <i>Scene 1</i> : Bima memegang tang	120
Tabel 2.8 <i>Scene 2</i> : Bima di antara banyak kursi	122
Tabel 2.9 <i>Scene 3</i> : Bima melihat anak kecil	125
Tabel 2.10 <i>Scene 4</i> : Bima melihat seorang wanita	128
Tabel 3.1 <i>Scene 5</i> : Bima menjemput seorang wanita	131
Tabel 3.2 <i>Scene 6</i> : Tagline <i>AlwaysOn</i>	134

Tabel 3.3 <i>Scene 7</i> : Bima bersama teman-teman komunitasnya	135
Tabel 3.4 <i>Scene 8</i> : Logo 3	136

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Model Triadic Pierce	34
Gambar 1.2 Signifikasi Dua Tahap Barthes	37
Gambar 1.3 Sinopsis Iklan 3 <i>Always On</i> versi Sasha	81
Gambar 1.4 Sinopsis Iklan 3 <i>Always On</i> versi Bima	83