

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Kerangka Teori	9
1.5.2 Penanda.....	12
1.5.3 Petanda.....	12
1.5.3 Denotasi dan Konotasi	14
1.6 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1. Narasi	23
2.2. Iklan Menyesatkan.....	24
2.3. <i>Influencer Marketing</i>	27
2.3.1 Kategori <i>Influencer</i>	28
2.4. Media Sosial.....	29

2.4.1 Tiktok	30
2.5. Produk Lokal.....	31
2.6 Penelitian Terdahulu.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Objek Penelitian	39
3.3 Sumber Data.....	47
3.3.1 Data Primer	47
3.3.2 Data Sekunder	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Observasi.....	48
3.4.2 Studi Dokumentasi	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.6 Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Profil Akun <i>Influencer</i>	56
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.3 Konten Dari <i>Influencer @cclarenttiffany</i> (Skintific).....	60
4.3.1 Analisis Konten <i>Influencer @cclarenttiffany</i>	61
4.4 Konten dari <i>Influencer @syellaps</i> (Skintific)	78
4.5 Konten dari <i>Influencer @dictionarei</i> (The Originote).....	88
4.5.1 Analisis Konten <i>Influencer @dictionarei</i>	89
4.6 Konten dari <i>Influencer @clarissaciell</i> (The Originote)	98
4.6.1 Analisis Konten <i>Influencer @clarissaciell</i>	100
4.7 Konten dari <i>Influencer @chantikabatari_</i> (Glad2Glow)	110
4.7.1 Analisis Konten <i>Influencer @chantikabatari_</i>	111
4.8 Konten dari <i>Influencer @aardhtadwi</i> (Glad2Glow).....	120
4.8.1 Analisis Konten <i>Influencer @aardhtadwi</i>	122
4.9 Pembahasan.....	130
4.9.1 Denotasi.....	131
4.9.2 Konotasi	132
4.9.3 Mitos.....	133
4.9.4 Kata-Kata yang Digunakan <i>Influencer</i> Untuk Membangun Makna.....	140

4.9.5 Iklan Menyesatkan Dalam Konten Keenam Influencer	143
4.9.6 Klaim “Lokal” dalam Iklan Menyesatkan Menurut <i>Influencer @skinnads</i>	146
BAB V PENUTUP	161
5.1 Kesimpulan	161
5.2 Saran	162
DAFTAR PUSTAKA	1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Grafik Preferensi Masyarakat Indonesia Terhadap <i>Brand</i> Lokal	2
Gambar 1. 2	Logo Skintific	4
Gambar 1. 3	Logo The Originote	4
Gambar 1. 4	Logo Glad2Glow	4
Gambar 1. 5	Postingan salah satu <i>influencer</i> di Instagram.....	7
Gambar 1. 6	Peta Tanda Roland Barthes.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 1	Konten <i>Influencer</i> Clarentia Tiffany	40
Gambar 3. 2	<i>Caption</i> Konten Clarentia Tiffany	40
Gambar 3. 3	Konten <i>Influencer</i> Cell	40
Gambar 3. 4	<i>Caption</i> Konten <i>Influencer</i> Cell.....	41
Gambar 3. 5	Konten <i>Influencer</i> Reizuka Ari.....	42
Gambar 3. 6	<i>Caption</i> Konten Reizuka Ari	42
Gambar 3. 7	Konten <i>Influencer</i> CIEL	43
Gambar 3. 8	<i>Caption</i> Konten <i>Influencer</i> CIEL	43
Gambar 3. 9	Konten <i>Influencer</i> Chantika Batari.....	44
Gambar 3. 10	<i>Caption</i> Konten Chantika Batari	44
Gambar 3. 11	Konten <i>Influencer</i> Arebingss.....	45
Gambar 3. 12	<i>Caption</i> Konten <i>Influencer</i> Arebingss.....	45
Gambar 4. 1	Konten promosi Skintific oleh <i>influencer</i> Clarentia Tiffany	60
Gambar 4. 2	<i>Caption</i> konten Clarentia Tiffany	60
Gambar 4. 3	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 6 Dalam Konten Clarentia Tiffany	65
Gambar 4. 4	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 7 Dalam Konten Clarentia Tiffany	69
Gambar 4. 5	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 8 Dalam Konten Clarentia Tiffany	72
Gambar 4. 6	Elemen Tanda Pada <i>Caption</i> Konten Clarentia Tiffany	75
Gambar 4. 7	Konten promosi Skintific oleh <i>influencer</i> Cell.....	78
Gambar 4. 8	<i>Caption</i> konten Cell.....	78
Gambar 4. 9	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 1 Dalam Konten Cell.....	79
Gambar 4. 10	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 7 Dalam Konten Cell.....	82
Gambar 4. 11	Elemen Tanda Pada <i>Caption</i> Konten Cell	85
Gambar 4. 12	Konten promosi The Originote oleh <i>influencer</i> Reizuka Ari	88
Gambar 4. 13	<i>Caption</i> konten Reizuka Ari	88
Gambar 4. 14	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 1 Dalam Konten Reizuka Ari	89
Gambar 4. 15	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 3 Dalam Konten Reizuka Ari	93
Gambar 4. 16	Elemen Tanda Pada <i>Caption</i> Konten Reizuka Ari	96
Gambar 4. 17	Konten promosi The Originote oleh <i>influencer</i> CIEL.....	98
Gambar 4. 18	<i>Caption</i> konten CIEL.....	98
Gambar 4. 19	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 1 Dalam Konten Ciell.....	100
Gambar 4. 20	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 8 Dalam Konten Ciell.....	103
Gambar 4. 21	Elemen Tanda Pada <i>Caption</i> Konten Ciell.....	107
Gambar 4. 22	Konten promosi Glad2Glow oleh <i>influencer</i> Chantika Batari ...	110

Gambar 4. 23	<i>Caption</i> konten Chantika Batari	110
Gambar 4. 24	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 2 Dalam Konten Chantika Batari	111
Gambar 4. 25	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 3 Dalam Konten Chantika Batari	115
Gambar 4. 26	Elemen Tanda Pada <i>Caption</i> Konten Chantika Batari	118
Gambar 4. 27	Konten promosi Glad2Glow oleh <i>influencer</i> Arebingss	120
Gambar 4. 28	<i>Caption</i> konten Arebingss	120
Gambar 4. 29	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 2 Dalam Konten Arebingss	122
Gambar 4. 30	Elemen Tanda Pada <i>Scene</i> 3 Dalam Konten Arebingss	125
Gambar 4. 31	Elemen Tanda Pada <i>Caption</i> Konten Arebingss	128
Gambar 4. 32	Konten Promosi Glad2Glow <i>Influencer</i> @skinnads	147
Gambar 4. 33	<i>Caption</i> Konten <i>Influencer</i> @skinnads	148

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Objek Penelitian	40
Tabel 4. 1 Profil Akun <i>Influencer</i>	56
Tabel 4. 2 Analisis <i>Scene</i> 2 Konten @cclarenttiffany.....	61
Tabel 4. 3 Analisis <i>Scene</i> 6 Konten @cclarenttiffany.....	65
Tabel 4. 4 Analisis <i>Scene</i> 7 Konten @cclarenttiffany.....	69
Tabel 4. 5 Analisis <i>Scene</i> 8 Konten @cclarenttiffany.....	72
Tabel 4. 6 Analisis Caption Konten @cclarenttiffany	75
Tabel 4. 7 Analisis <i>Scene</i> 1 Konten @syellaps.....	79
Tabel 4. 8 Analisis <i>Scene</i> 7 Konten @syellaps.....	82
Tabel 4. 9 Analisis Caption Konten @syellaps	85
Tabel 4. 10 Analisis <i>Scene</i> 1 Konten @dictionary.....	89
Tabel 4. 11 Analisis <i>Scene</i> 3 konten @dictionary.....	93
Tabel 4. 12 Analisis Caption Konten @dictionary	96
Tabel 4. 13 Analisis <i>Scene</i> 1 konten @dictionary.....	100
Tabel 4. 14 Analisis <i>Scene</i> 8 konten @clarissaciell.....	103
Tabel 4. 15 Analisis Caption konten @clarissaciell	107
Tabel 4. 16 Analisis <i>Scene</i> 2 konten @chantikabatari_	111
Tabel 4. 17 Analisis <i>Scene</i> 3 konten @chantikabatari_	115
Tabel 4. 18 Analisis Caption konten @chantikabatari_	118
Tabel 4. 19 Analisis <i>Scene</i> 2 konten @aardhtadwi	122
Tabel 4. 20 Analisis <i>Scene</i> 3 konten @aardhtadwi.....	125
Tabel 4. 21 Analisis Caption konten @aardhtadwi.....	128
Tabel 4. 22 Kata-kata yang Digunakan Influencer Untuk Membangun Narasi	141

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	22
-------------------	-------------------------------	----