

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10

1.4.2	Manfaat Teoritis	10
1.4.3	Manfaat Praktis	10
1.5	Kerangka Pemikiran dan Teori	11
1.5.1	Semiotika.....	11
1.5.2	Semiotika oleh Roland Barthes.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		14
2.1	Semiotika Komunikasi	14
2.2	Nilai Keislaman.....	15
2.3	Komunikasi Visual.....	16
2.4	Perkembangan Teknologi Digital	17
2.5	Perbankan Syariah.....	18
2.6	Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian.....	20
3.2	Objek Penelitian	21
3.3	Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.1	Sumber Primer	25
3.3.2	Sumber Sekunder	26
3.4	Uji Validitas Data.....	26
3.5	Teknik Analisis Data.....	28

3.5.1 Analisis Denotatif.....	29
3.5.2 Analisis Konotatif	30
3.5.3 Proses Semiosis	30
3.6 Penyusunan Temuan	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	32
4.1.1 Sejarah singkat Bank Syariah Indonesia (BSI).....	32
4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	34
4.1.3 Struktur Organisasi	35
4.1.4 Gambaran umum Akun Instagram @lifewithbsi	36
4.1.5 Jenis-Jenis Konten Instagram @lifewithbsi	37
4.1.6 Karakteristik Visual Instagram @lifewithbsi	37
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Gambar Feeds Instagram "Masa Depan Si Kecil".....	39
4.2.2 Gambar Feeds Instagram "Punya rumah impian, bukan cuma di angan! Bisa sekalian berkorban!"	53
4.2.3 Gambar Feeds Instagram "Tentukan mana yang jadi prioritas kamu!"	68
4.2.4 Gambar Feeds Instagram "Pensiun jadi tenang"	85
4.2.5 Gambar Feeds Instagram "JANGAN PERCAYA!"	101
4.3 Pembahasan	119

BAB V PENUTUP	136
5.1 Kesimpulan.....	136
5.2 Saran.....	138
5.2.1 Saran Praktis	138
5.2.2 Saran Akademis	138
Daftar Pustaka	140
Daftar Lampiran.....	153