

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Teoritis	3
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 <i>Public relation</i>	7
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	8
2.2.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	9
2.3 Promosi	10
2.3.1 Tujuan Komunikasi.....	10
2.3.2 Bentuk Media Promosi.....	11
2.3.3 Manfaat Promosi	11
2.4 Iklan.....	12
2.4.1 Tujuan Iklan	12
2.4.2 Fungsi Iklan.....	13
2.5 Semiotika.....	13
2.5.1 Pendekatan Charles Sanders Pierce	15
2.6 Pengertian Company Profile	17

2.6.1 Fungsi Company Profile	18
2.7 Media Sosial.....	18
2.7.1 Youtube	19
2.8 Defenisi Konsep	20
2.9 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.1.1 Pendekatan Penelitian.....	24
3.1.2 Tipe Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.4 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	26
3.5 Teknik Analisis Data	26
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN	31
4.1 Hasil penelitian.....	31
4.2 Analisis Penelitian	31
4.3 Deskripsi Hasil Analisa Tayangan Iklan Company Profile PT Semen Garuda Indonesia di Youtube	49
BAB V PEMBAHASAN	56
5.1 Analisis Semiotika pada Iklan Company Profile PT Semen Garuda Indonesia.....	56
5.2 Perbandingan Penelitian.....	60
BAB VI PENUTUP	65
6.1 Kesimpulan.....	65
6.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67