

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR BAGAN.....	viii
KATA TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN TEORITIS	5
2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Representasi	7
2.3 Kepala Keluarga.....	8
2.4 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.5 Periklanan	10
2.6 Komunikasi Massa.....	11
2.6.1 Media Massa.....	12
2.6.2 New Media.....	13
2.6.2.1 Youtube.....	14
2.7 Semiotika	14
2.7.1 Semiotika Dalam Iklan.....	15

2.7.2	Semiotika Charles Sanders Peirce	16
2.8	Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....		22
3.1	Metodologi Penelitian	22
3.2	Bahan Penelitian.....	23
3.3	Sumber Data.....	23
3.3.1	Data Primer.....	23
3.3.2	Data Sekunder.....	23
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4.1	Observasi	23
3.4.2	Dokumentasi	23
3.5	Uji Keabsahan Data.....	24
3.6	Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		26
4.1	Subjek Penelitian.....	23
4.1.1	Profil Gojek	23
4.1.2	Deskripsi Gojek “Pesan Dari Rumah Buat Kita Yang Di Jalan.....	23
4.1.3	Sinopsis Iklan Gojek “Pesan Dari Rumah Buat Kita Yang Di Jalan .	23
4.2	Hasil Temuan Penelitian	23
BAB V PEMBAHASAN		52
5.1	Pembahasan.....	52
BAB IV PENUTUP.....		56
6.1	Kesimpulan	56
6.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		58

LAMPIRAN..... 29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Cover Iklan Gojek “Pesan dari Rumah Buat Kita Yang Di Jalan”.....	3
Gambar 4.3	Logo Gojek	27
Gambar 4.3	Postingan Gojek dengan Tagar #PesanDariRumah.....	29
Gambar 4.1	Scene 1 Bagian 1	31
Gambar 4.2	Scene 1 Bagian 2	33
Gambar 4.3	Scene 1 Bagian 3	35
Gambar 4.4	Scene 2 Bagian 1	37
Gambar 4.5	Scene 2 Bagian 2	38
Gambar 4.6	Scene 2 Bagian 3	39
Gambar 4.7	Scene 2 Bagian 4	41
Gambar 4.9	Scene 3 Bagian 1	43
Gambar 4.10	Scene 3 Bagian 1	43
Gambar 4.11	Scene 3 Bagian 2	45
Gambar 4.12	Scene 3 Bagian 2	45
Gambar 4.13	Scene 4 Bagian 1	47
Gambar 4.14	Scene 4 Bagian 2	48
Gambar 4.15	Scene 5 Bagian 1	50
Gambar 4.16	Scene 5 Bagian 1	50
Gambar 4.16	Scene 5 Bagian 1	50

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka pemikiran semiotika model Charles Sanders Peirce.....20

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 2.2 Peta Tanda Charles Sanders Peirce	19
Tabel 4.1 Scene 1 Bagian 1	31
Tabel 4.2 Scene 1 Bagian 2	33
Tabel 4.3 Scene 1 Bagian 3	35
Tabel 4.4 Scene 2 Bagian 1	37
Tabel 4.5 Scene 2 Bagian 2	38
Tabel 4.6 Scene 2 Bagian 3	39
Tabel 4.7 Scene 2 Bagian 4	41
Tabel 4.8 Scene 3 Bagian 1	43
Tabel 4.9 Scene 3 Bagian 2	45
Tabel 4.10 Scene 4 Bagian 1	47
Tabel 4.11 Scene 4 Bagian 2	48
Tabel 4.12 Scene 5 Bagian 1	50