

# DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR BAGAN .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2. Iklan .....	10
2.2.1 Tujuan Iklan .....	11
2.2.2 <i>Tagline</i> .....	13
2.3. Iklan Televisi .....	13
2.3.1 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi .....	15
2.3.2 Jenis Iklan Televisi.....	16
2.4. Definisi Semiotika .....	20
2.4.1 Teori Pierce (Triangulasi Makna).....	23
2.5. Pesan Iklan.....	27
2.6. Makna Iklan .....	29
2.7. Operasional Konsep.....	30
2.8. Kerangka Berfikir .....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Desain Penelitian .....	32
3.2. Sumber Data .....	33
3.3. Bahan Penelitian dan Unit Analisis .....	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	35

3.5. Teknik Analisis Data .....	36
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
4.1. Subyek Penelitian .....	38
4.1.1 Sekilas Tentang LP3I Sebagai Klien .....	38
4.1.2 Sejarah Singkat LP3I .....	39
4.1.3 Sekilas Tentang Dipra Sebagai Agensi .....	40
4.2. Analisis .....	47
4.3. Pembahasan .....	87
BAB V PENUTUP.....	99
5.1. Kesimpulan .....	99
5.2. Saran .....	101

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN