

## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b>                    | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PENYATAAN</b>                     | <b>ii</b>  |
| <b>PERSEMBAHAN</b>                          | <b>iii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR</b>                       | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b>                           | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b>                         | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b>                        | <b>x</b>   |
| <b>ABSTRAK</b>                              | <b>xi</b>  |
| <br>  |            |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                    | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang                          | 1          |
| 1.2 Fokus Penelitian                        | 8          |
| 1.3 Tujuan Penelitian                       | 8          |
| 1.4 Manfaat Penelitian                      | 9          |
| 1.4.1 Aspek Teoritis                        | 9          |
| 1.4.2 Aspek Praktis                         | 9          |
| 1.5 Tahap Penelitian                        | 10         |
| 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian             | 11         |
| <br>  |            |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>              | <b>13</b>  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu                    | 13         |
| 2.2 Komunikasi Pemasaran Politik            | 22         |
| 2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran Politik | 22         |
| 2.2.2 Iklan Politik                         | 25         |
| 2.2.3 Citra Politik                         | 27         |
| 2.3 Opini Publik                            | 29         |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.4 Komunikasi Nonverbal-----                      | 29        |
| 2.5 Komunikasi Massa -----                         | 30        |
| 2.3.1 Iklan Televisi -----                         | 31        |
| 2.6 Semiotika-----                                 | 32        |
| 2.4.1 Definisi Semiotika-----                      | 32        |
| 2.4.2 Semiotika Charles Sanders Peirce -----       | 33        |
| 2.7 Kerangka Pemikiran-----                        | 36        |
| <br>   |           |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN-----</b>          | <b>37</b> |
| 3.1 Paradigma Penelitian-----                      | 37        |
| 3.2 Metode Penelitian-----                         | 39        |
| 3.2.1 Pendekatan Semiotika-----                    | 40        |
| 3.3 Objek Penelitian-----                          | 40        |
| 3.4 Definisi Konsep-----                           | 41        |
| 3.5 Unit Analisis-----                             | 42        |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data-----                   | 47        |
| 3.6.1 Data Primer-----                             | 47        |
| 3.6.2 Data Sekunder-----                           | 48        |
| 3.7 Teknik Keabsahan Data-----                     | 49        |
| 3.8 Teknik Analisis Data-----                      | 49        |
| <br>   |           |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN-----</b> | <b>51</b> |
| 4.1 Karakteristik Data-----                        | 51        |
| 4.2 Identifikasi Tanda-----                        | 51        |
| 4.3 Hasil Penelitian-----                          | 52        |
| 4.4 Pembahasan-----                                | 54        |
| <br>   |           |
| <b>BAB V PENUTUP-----</b>                          | <b>82</b> |
| 5.1 Simpulan-----                                  | 82        |
| 5.2 Saran-----                                     | 83        |
| <br>   |           |
| <b>DAFTAR PUSTAKA-----</b>                         | <b>84</b> |
| <b>LAMPIRAN-----</b>                               | <b>90</b> |