

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR BAGAN .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Masalah.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	2
1.2.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1. Metode yang digunakan .....	5
1.6.2. Pengumpulan data.....	5
1.7 Kerangka Pemikiran .....	7
1.8 Pembabakan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Kampanye .....	9
2.1.1 Tujuan Kampanye .....	10
2.1.2 Jenis-jenis Kampanye.....	10
2.2 Periklanan .....	11
2.2.1 Peran Iklan .....	11
2.2.2 Jenis-jenis Iklan .....	13
2.2.3 Para Pemain Utama .....	15
2.2.4 Unsur-unsur Iklan .....	16

2.3	Strategi Kreatif dan Strategi Pesan.....	17
	2.3.1 Perencanaan Pesan .....	17
	2.3.2 Tujuan Pesan.....	17
	2.3.3 Strategi Pesan.....	18
	2.3.4 Format dan Formulasi Strategi .....	19
	2.3.5 Penyesuaian Pesan dan Tujuan Pesan .....	22
2.4	Persuasi dan Faktor Pendorongnya .....	23
2.5	Media Periklanan.....	26
	2.5.1 Iklan lini atas dan iklan lini bawah .....	26
	2.5.2 Media Siaran.....	27
	2.5.3 Internet Sebagai Medium Advertising .....	27
	2.5.4 Fungsi Advertising Internet .....	28
2.6	Desain Komunikasi Visual .....	29
	2.6.1 Fungsi Dasar Desain Komunikasi Visual.....	29
	2.6.2 Unsur-unsur pada Desain .....	30
	2.6.3 Prinsip-prinsip Kerja Desain.....	35
	2.6.4 Layout.....	37
2.7	Teori Semiotika Roland Barthes .....	38
2.8	<i>Facet Model of Effects</i> .....	40
<b>BAB III DATA OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1.	Frofil Perusahaan .....	43
	3.1.1. <i>Hutchison 3G United Kingdom</i> .....	43
	3.1.2. PT. <i>Hutchison 3 Indonesia</i> .....	44
	3.1.3. Filosofi Logo Perusahaan .....	45
	3.1.4. Produk Perusahaan .....	46
	3.1.5. Three UbahDenganBicara .....	48
	3.1.6. Segmentasi.....	49
3.2.	Iklan Three Versi Ubah Dengan Bicara.....	50
	3.2.1. Kuis Three UbahDengan Bicara .....	50
	3.2.2. Deskripsi Iklan Three UbahDenganBicara Versi Mantan ...	51
	3.2.3. Deskripsi Iklan Three UbahDenganBicara Versi Ibu .....	61
3.3.	Analisis Iklan Sejenis .....	69

3.3.1. Iklan Telkom versi #MudahnyaHidup .....	69
3.3.2. Iklan XL versi #SpreadThe Love.....	69
3.4. Data Hasil Kuisisioner .....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>77</b>
4.1. Makna Pesan Iklan Three UbahDenganBicara .....	77
4.1.1. Iklan Three UbahDenganBicara versi Mantan .....	77
4.1.2. Iklan Three UbahDenganBicara versi Ibu .....	89
4.2. Dampak Pesan Iklan Three UbahDenganBicara Tehadap Target Audiens .....	99
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>103</b>
5.1. Simpulan .....	103
5.2. Saran .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN .....	
BIODATA .....	