

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> -----	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> -----	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> -----	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> -----	<b>v</b>
<b>ABSTRAC</b> -----	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> -----	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> -----	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> -----	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> -----	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian-----	1
1.2 Fokus Penelitian-----	8
1.3 Tujuan Penelitian-----	8
1.4 Manfaat Penelitian-----	9
1.4.1 Manfaat Teoritis-----	9
1.4.2 Manfaat Praktis-----	9
1.5 Tahap Penelitian-----	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian-----	10
1.6.1 Lokasi penelitian-----	10
1.6.2 Waktu Penelitian-----	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> -----	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu-----	12
2.2 Tinjauan Pustaka-----	25
2.2.1 Komunikasi-----	25
2.2.2 New Media-----	26
2.2.2.1 YouTube-----	27
2.2.3 Iklan-----	28
2.2.3.1 Pengertian Iklan-----	28
2.2.3.2 Prinsip-Prinsip Iklan-----	29
2.2.3.3 Jenis-Jenis Iklan-----	30
2.2.4 Definisi Kata-----	33

2.2.5 Definisi Teman -----	33
2.2.6 Definisi Murni -----	35
2.2.8 Semiotika -----	35
2.3 Kerangka Pemikiran-----	46
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN-----</b>	<b>47</b>
3.1 Paradigma Penelitian-----	47
3.2 Metode Penelitian-----	48
3.3 Objek Penelitian-----	50
3.4 Definisi Konsep-----	50
3.5 Unit Analisis-----	51
3.6 Teknik Pengumpulan Data-----	57
3.6.1 Data Primer -----	57
3.7.2 Data Sekunder -----	58
3.7 Teknik Keabsahan Data-----	58
3.8 Teknik Analisis Data -----	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN-----</b>	<b>61</b>
4.1 Hasil Analisis dan Interpretasi Data-----	62
4.1.1 <i>Scene</i> Pertama-----	63
4.1.1.1 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Denotasi)-----	64
4.1.1.2 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Konotasi) -----	65
4.1.2 <i>Scene</i> Kedua-----	67
4.1.2.1 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Denotasi)-----	67
4.1.2.2 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Konotasi)-----	68
4.1.3 <i>Scene</i> Ketiga-----	69
4.1.3.1 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Denotasi)-----	70
4.1.3.2 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Konotasi)-----	71
4.1.4 <i>Scene</i> Keempat-----	72
4.1.4.1 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Denotasi)-----	73
4.1.4.2 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Konotasi)-----	74
4.1.5 <i>Scene</i> Kelima-----	75
4.1.5.1 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Denotasi)-----	76
4.1.5.2 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Konotasi)-----	77

4.1.6 <i>Scene</i> Keenam-----	78
4.1.6.1 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Denotasi)-----	79
4.1.6.2 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Konotasi)-----	80
4.1.7 <i>Scene</i> Ketujuh-----	81
4.1.7.1 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Denotasi)-----	82
4.1.7.2 Sistem Signifikasi Tingkat Pertama (Konotasi)-----	83
4.1.8 Mitos Dan Ideologi Dalam Iklan Bear Brand Versi "Teman Murni" ---	84
<b>BAB V PENUTUP-----</b>	<b>90</b>
5.1 Simpulan-----	90
5.2 Saran-----	92
 <b>DAFTAR PUSTAKA -----</b>	 <b>xii</b>