

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>3</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>4</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>6</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5 Sistematika Penulisan.....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Periklanan.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.1 Brand Identity.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.2 Media.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2 Representasi.....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 Perempuan dalam Iklan.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>26</b>
<b>2.4 Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Karakteristik Penelitian.....</b>	<b>29</b>

3.2 Semiotika .....	29
3.3 Objek Penelitian.....	32
3.4 Tahapan Penelitian.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Analisis Semiotika Teks.....	35
4.1.1 Makna Denotatif dan Konotatif.....	46
4.1.2 Mitos.....	48
4.1.3 Aksis Sintagmatik dan Paradigmatik.....	48
4.1.4 Ideologi.....	51
4.2 Strategi Kreatif dalam Iklan Shell Semangat Jalan.....	52
4.2.1 Branding.....	52
4.2.2 Pemanfaatan Insight Audiens.....	52
4.2.3 Membangun Ikatan Emosional.....	54
4.2.4 Tokoh Perempuan sebagai Strategi Kreatif.....	54
4.2.5 Tujuan Iklan Shell Semangat Jalan.....	56
4.3 Persepsi Audiens Terhadap Iklan Shell Semangat Jalan.....	57
4.4 Pembahasan.....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Saran Akademis.....	68
5.2.2 Saran Praktis.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>75</b>