

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Semiotika Roland Barthes	9
2.2 Kajian Konseptual	13
2.2.1 Makna	13
2.2.2 <i>Product Placement</i>	14
2.2.3 Teknik Pengambilan Gambar Berdasarkan Ukuran Gambar	16
2.2.4 <i>Brand Awareness</i>	17
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.3.1 Jurnal Nasional	19
2.3.2 Jurnal Internasional	23
2.4 Kerangka Pemikiran	27

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Paradigma Penelitian.....	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.3.1 Subjek Penelitian	29
3.3.2 Objek Penelitian	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.4.1 Unit Analisis Data	31
3.5 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Penelitian	34
4.1.1 Tabel Kerja Analisis Semiotik.....	35
4.3 Pembahasan.....	42
4.3.1 Makna Denotasi Untuk <i>Product Placement</i> Kopiko Dalam Drama Korea Vincenzo.....	42
4.3.2 Makna Konotasi Untuk <i>Product Placement</i> Kopiko Dalam Drama Korea Vincenzo.....	45
4.3.3 Mitos Untuk <i>Product Placement</i> Kopiko Dalam Drama Korea Vincenzo	61
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Praktis.....	66
5.2.2 Saran Akademis.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	72