

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	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.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teoritis.....	10
2.1.1 Teori Semiotika Roland Barthes	10
2.2 Landasan Konseptual	12
2.2.1 Representasi	12
2.2.2 <i>Brand Campaign</i>	13
2.2.3 Media Film.....	14
2.2.4 Warna dalam Film.....	15
2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	15
2.2.6 Jenis-Jenis Jarak dalam Pengambilan Gambar dalam Film.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.1.1 Paradigma Penelitian	28
3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	29

3.1.3 Unit Analisis Data.....	31
3.2 Metode Pengumpulan Data	34
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.2 Tabel Kerja Analisis.....	37
4.3 Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	59
5.2.1 Saran Praktis	59
5.2.2 Saran Akademis	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	64