

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	7
1. Komunikasi	7
2. Fungsi Komunikasi	10
3. Komunikasi Verbal	11
4. Komunikasi Non-verbal	12
5. Iklan	15
5.1 Fungsi dan Tujuan Iklan	17

5.2 Jenis-Jenis Iklan	19
5.3 Komponen Iklan Youtube.....	22
6. Teman Tuli.....	24
7. Bahasa Isyarat	27
8. Semiotika	28
9. Semiotika Charles Sanders Peirce	29
B. Penelitian Sebelumnya.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Metode Pengumpulan Data.....	40
C. Subjek dan Objek	40
D. Sumber Data.....	40
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder.....	40
E. Uji Keabsahan Data	41
F. Analisis Data.....	41
G. Konsep Penelitian	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. HASIL PENELITIAN	44
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
2. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
3. Analisis	52
B. Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	34
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Sebelumnya.....	36
Table 4.1 Analisis Iklan	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Segitiga Makna Peirce	30
Gambar 4.1 Logo Pond's	48
Gambar 4.2.....	53
Gambar 4.3.....	54
Gambar 4.4.....	56
Gambar 4.5.....	57
Gambar 4.6.....	58
Gambar 4.7.....	60
Gambar 4.8.....	61
Gambar 4.9.....	62
Gambar 4.10.....	64
Gambar 4.11.....	65
Gambar 4.12.....	66
Gambar 4.13.....	68
Gambar 4.14.....	69
Gambar 4.15.....	70
Gambar 4.16.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan

Lampiran 2. Objek Penelitian

