

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DALAM</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	vi
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	viii
<b>HALAMAN ABSTRACT</b> .....	ix
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>HALAMAN DAFTAR BAGAN</b> .....	xiii
<b>HALAMAN DAFTAR DIAGRAM</b> .....	xiii
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Tujuan .....	7
D. Manfaat .....	7
1. Manfaat Akademis .....	7

2. Manfaat Praktis.....	7
3. Manfaat Sosial.....	8
4. Batasan Masalah.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	9
B. Kerangka Teori .....	12
1. Pengertian Iklan.....	12
2. Pengertian Periklanan .....	13
3. Tujuan Iklan.....	13
4. Jenis Iklan .....	15
5. Sifat Iklan .....	16
6. Sejarah dan Perkembangan Periklanan Dunia.....	17
7. Macam-macam Iklan Berdasarkan Media.....	18
8. Iklan Televisi .....	20
9. Khalayak.....	22
10. Audiens Aktif .....	24
11. Teori Non Verbal dan Kode Verbal .....	28
12. Analisis Resepsi.....	34
13. <i>Encoding-Decoding</i> .....	37
C. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	46
D. Kerangka Berfikir .....	50

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	51
A. Pendekatan Penelitian.....	51
B. Subjek Penelitian .....	52
C. Objek Penelitian.....	52
D. Sumbet Data .....	53
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
F. Teknik Analisis Data .....	54
G. Penarikan Kesimpulan .....	55
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
B. Penyajian Data .....	58
C. Pembahasan Wawancara ( <i>In-Depth Interview</i> ) .....	58
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	76
<b>LAMPIRAN</b> .....	81

### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Tabel Kategori Rokok <i>Mild</i> .....	5
Tabel 2.1 Deskripsi <i>Breakdown</i> Cerita Iklan Rokok <i>U Mild</i> .....	10
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	46

## DAFTAR BAGAN

2.1 Kerangka Pemikiran Iklan Rokok <i>U Mild</i> .....	50
--	----

## DAFTAR DIAGRAM

1.1 Diagram Periklanan Perusahaan Rokok .....	4
---	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi <i>Stuart Hall</i> .....	31
Gambar 4.1 <i>Capture</i> iklan <i>U Mild scene 1</i> (00.00-00.01) <i>medium shot</i> .....	59
Gambar 4.2 <i>Capture</i> iklan <i>U Mild scene 2</i> (00.02-00.03) <i>long shot</i> .....	60
Gambar 4.3 <i>Capture</i> iklan <i>U Mild scene 3</i> (00.04-00.05) <i>medium shot</i> .....	60
Gambar 4.4 <i>Capture</i> iklan <i>U Mild scene 4</i> (00.06-00.08) <i>close up</i> .....	61
Gambar 4.5 <i>Capture</i> iklan <i>U Mild scene 5</i> (00.09-00.11) <i>medium shot</i> .....	61
Gambar 4.6 <i>Capture</i> iklan <i>U Mild scene 6</i> (00.12-00.15) <i>close up</i> .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip Wawancara.....	81
Profil Biodata Responden.....	89