

## DAFTAR ISI

<b>I. Pendahuluan</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
<b>II. Tinjauan Pustaka</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Televisi Sebagai Media Pemasaran Produk Melalui Iklan .....	16
2.3. Iklan Televisi.....	17
2.4. Pembentukan Citra Dalam Iklan .....	20
2.5. Semiotika Dalam Iklan .....	22
2.6. Pemaknaan Pesan Dalam Iklan.....	25
2.7. Posisi Perempuan Dalam Iklan.....	28
2.8. Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan.....	31
2.9. Signifikasi Dua Tahap Barthes .....	36
2.10. Kerangka Pikir .....	38
<b>III. Metode Penelitian</b>	
3.1. Paradigma Penelitian .....	40
3.2. Pendekatan Penelitian .....	43
3.3. Metode Penelitian .....	43
3.4. Unit Analisis Data .....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6. Teknik analisis Data .....	44
3.7. Kriteria Kualitas Penelitian.....	47
3.8. Situasi Historis.....	48
<b>IV. Gambaran Umum</b>	
4.1. Iklan .....	51
<b>V. Hasil dan Pembahasan</b>	
5.1. Hasil.....	53
1. Iklan Pompa Air Shimizu .....	53

I. Makna Denotasi.....	53
II. Makna Konotasi .....	79
2. Iklan Cat Avian.....	82
I. Makna Denotasi.....	98
II. Makna Konotasi .....	110
5.2. Pembahasan .....	111
<b>VI. Penutup</b>	
6.1. Kesimpulan.....	126
5.2. Saran .....	127
<b>Daftar Pustaka</b> .....	128
<b>Lampiran</b> .....	130