

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Akademis .....	6
2. Manfaat Praktis .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	6
F. Landasan Teori .....	9
1. Representasi .....	9
2. Iklan Sebagai Komunikasi .....	10
3. Fashion Sebagai Identitas dan Komunikasi .....	11
4. Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan .....	14
G. Metodologi Penelitian .....	16
1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian .....	16

2. Unit Analisis .....	18
3. Tahap Penelitian .....	18
a. Analisis Teks .....	18
b. Analisis Konteks .....	19
4. Metode Analisis Teks.....	19
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
<b>BAB III ANALISIS TEKS .....</b>	<b>29</b>
<b>A. Denotasi Konotasi dan Mitos.....</b>	<b>29</b>
1. Foto Iklan 1 .....	29
a. Denotasi.....	30
b. Konotasi .....	30
c. Mitos .....	35
2. Foto Iklan 2.....	36
a. Denotasi.....	36
b. Konotasi .....	37
c. Mitos.....	41
3. Foto Iklan 3.....	42
a. Denotasi.....	42
b. Konotasi .....	43
c. Mitos.....	46
4. Foto Iklan 4.....	48
a. Denotasi.....	48
b. Konotasi .....	49
c. Mitos.....	52
5. Foto Iklan 5 .....	54
a. Denotasi.....	54
b. Konotasi .....	55
c. Mitos.....	57
6. Foto Iklan 6 .....	58
a. Denotasi.....	58
b. Konotasi .....	59
c. Mitos.....	62

B. Kesimpulan Umum.....	63
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Keterbatasan Penelitian.....	69
C. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Unit Analisis Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 3.1 Kesimpulan Denotasi dan Konotasi pada Gambar 3.1 .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 3.2 Kesimpulan Denotasi dan Konotasi pada Gambar 3.2 .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 3.3 Kesimpulan Denotasi dan Konotasi pada Gambar 3.3 .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 3.4 Kesimpulan Denotasi dan Konotasi pada Gambar 3.4 .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 3.5 Kesimpulan Denotasi dan Konotasi pada Gambar 3.5 .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 3.6 Kesimpulan Denotasi dan Konotasi pada Gambar 3.6 .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 3.7 Kesimpulan Umum .....</b>	<b>63</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Unit Analisis 1</b> .....	<b>18</b>
<b>Gambar 1.2 Unit Analisis 2</b> .....	<b>18</b>
<b>Gambar 1.3 Unit Analisis 3</b> .....	<b>18</b>
<b>Gambar 1.4 Unit Analisis 4</b> .....	<b>18</b>
<b>Gambar 1.5 Unit Analisis 5</b> .....	<b>18</b>
<b>Gambar 1.6 Unit Analisis 6</b> .....	<b>18</b>
<b>Gambar 2.1 Logo <i>Dreambirds Artwear</i></b> .....	<b>20</b>
<b>Gambar 2.2 Artwork karya Abinara “<i>Vengeance</i>”</b> .....	<b>22</b>
<b>Gambar 2.3 Tagline dan Tanda Keterbatasan Produk</b> .....	<b>24</b>
<b>Gambar 2.4 Artwork <i>Dreambirds</i> dan Penomoran</b> .....	<b>25</b>
<b>Gambar 2.5 Konsep <i>Graphic Dreambirds Artwear</i></b> .....	<b>25</b>
<b>Gambar 2.6 Pemasaran Online di <i>Website</i></b> .....	<b>26</b>
<b>Gambar 2.7 Pemasaran Online di <i>Instagram</i></b> .....	<b>26</b>
<b>Gambar 2.8 Pemasaran Online di <i>Facebook</i></b> .....	<b>27</b>
<b>Gambar 2.9 Pemasaran Online di <i>Twitter</i></b> .....	<b>27</b>
<b>Gambar 2.10 Toko <i>Dreambirds Artwear</i></b> .....	<b>28</b>
<b>Gambar 3.1 Foto Iklan Unit Analisis 1</b> .....	<b>29</b>
<b>Gambar 3.2 Foto Iklan Unit Analisis 2</b> .....	<b>36</b>
<b>Gambar 3.3 Foto Iklan Unit Analisis 3</b> .....	<b>42</b>
<b>Gambar 3.4 Foto Iklan Unit Analisis 4</b> .....	<b>48</b>
<b>Gambar 3.5 Foto Iklan Unit Analisis 5</b> .....	<b>54</b>
<b>Gambar 3.6 Foto Iklan Unit Analisis 6</b> .....	<b>58</b>

## ABSTRAK