

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.5.2 Kegunaan Praktisi.....	8
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Rangkuman Teori	10
2.1.1 Komunikasi.....	10
2.1.2 Multikulturalisme	10
4.2.1.1 Unsur-Unsur Multikulturalisme	12
2.1.3 Iklan	13
2.1.4 New Media.....	15
2.1.5 YouTube	16
2.1.6 Komunikasi <i>Non verbal</i>	17
2.1.7 Sinematografi.....	18
2.1.8 Warna.....	22
2.1.9 Representasi	22
2.1.10 Semiotika	25

BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Objek Penelitian	43
3.4 Unit Analisis	43
3.5 Pengumpulan Data Penelitian	45
3.5.1 Data Primer	45
3.5.2 Data Sekunder	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.7 Teknik Keabsahan	47
3.8 Triangulasi Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Karakteristik Objek Penelitian	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 <i>Scene</i> Pertama	51
4.2.1.1 Makna Denotasi <i>Scene</i> 1	51
4.2.1.2 Makna Konotasi <i>Scene</i> 1	53
4.2.2 <i>Scene</i> Kedua	56
4.2.2.1 Makna Denotasi <i>Scene</i> 2	56
4.2.2.1 Makna Konotasi <i>Scene</i> 2	57
4.2.3 <i>Scene</i> Ketiga	59
4.2.3.1 Makna Denotasi <i>Scene</i> 3	59
4.2.3.2 Makna Konotasi <i>Scene</i> 3	60
4.2.4 <i>Scene</i> Keempat	62
4.2.4.1 Makna Denotasi <i>Scene</i> 4	62
4.2.4.2 Makna Konotasi <i>Scene</i> 4	63
4.2.5 <i>Scene</i> Kelima	65
4.2.5.1 Makna Denotasi <i>Scene</i> 5	65
4.2.5.1 Makna Konotasi <i>Scene</i> 5	66
4.2.6 <i>Scene</i> Keenam	68
4.2.6.1 Makna Denotasi <i>Scene</i> 6	69
4.2.6.2 Makna Konotasi <i>Scene</i> 6	70
4.2.7 <i>Scene</i> Ketujuh	73

4.2.7.1 Makna Denotasi <i>Scene 7</i>	73
4.2.7.2 Makna Konotasi <i>Scene 7</i>	74
4.3 Pembahasan	77
4.3.1 Representasi Multikultural Iklan GO-JEK versi “Cari Pahala” Dengan Pemaknaan Denotasi	77
4.3.2 Representasi Multikultural Iklan GO-JEK versi “Cari Pahala” Dengan Pemaknaan Konotasi	80
4.3.3 Representasi Multikultural Iklan GO-JEK versi “Cari Pahala” Dengan Pemaknaan Mitos	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademisi.....	88
5.2.2 Saran Praktisi	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	96