DAFTAR ISI

Abstrak …….. i

Kata Pengantar ……..... ii

Daftar Isi ……..... iii

Daftar Tabel ……..... vii

Daftar Gambar viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah …… 1

1.2 Identifikasi Masalah …… 4

1.3 Rumusan Masalah ……... 5

1.4 Batasan Masalah …… 5

1.5 Tujuan Penelitian …… 6

1.6 Manfaat Penelitian …….. 6

1.7 Metode Penelitian ……... 6

1.7.1 Teknik Pengumpulan Data ……... 7

1.7.2 Sampel Penelitian …… 8

1.7.3 Konsepsi dan Operasional …… 8

1.7.3a Konsepsi …… 8

1.7.3b Operasional …… 8

1.8 Kerangka Penelitian …… 9

1.9 Sistematika Penulisan …… 10

BAB II SEMIOTIKA DALAM PERIKLANAN MEDIA CETAK

2.1 Pengertian Semiotika …… 11

2.1.1 Jenis-Jenis Semiotika …… 11

2.1.2 Teori Semiotika Charles Sanders Peirce ……..... 12

2.2 Pengertian Komunikasi Periklanan …….. 15

2.2.1 Semiotika dalam Komunikasi Periklanan …….. 15

2.2.2 Daya Tarik Pesan dalam Periklanan ……... 19

2.3 Pengertian Media Cetak 21
2.3.1 Majalah 22
2.3.2 Kekuatan dan Kelemahan Majalah 22
2.4 Periklanan di Media Cetak 25
2.4.1 Jenis-Jenis Iklan 25
2.4.2 Anatomi Naskah Iklan Media Cetak 26
2.5 Pengertian Komik 28
2.5.1 Komik dalam Periklanan 28
2.5.2 Jenis-Jenis Komik 29
2.5.3 Komik dalam Majalah 29

BAB III PROFIL PERUSAHAAN DAN IKLAN SUSU BUBUK MILO PADA MEDIA CETAK

3.1 Profil Perusahaan 31
3.1.1 Nestle Indonesia 32
3.1.2 Produk-Produk Perusahaan Nestle 33
3.2 Profil Produk Susu Bubuk Milo 35
3.3 Kategori Iklan Susu Bubuk Milo Pada Majalah Bobo 36
3.3.1 Iklan Susu Bubuk Milo yang Menampilkan *Product Shot* .. 36
3.3.2 Iklan Susu Bubuk Milo Versi Tips Olahraga 38
3.3.3 Iklan Susu Bubuk Milo Versi Komik 41
3.4 Anatomi Iklan Susu Bubuk Milo Pada Majalah Bobo 44
3.4.1 Anatomi Iklan Susu Bubuk Milo yang Menampilkan *Product Shot* 44
3.4.1a *Headline* 46
3.4.1b Visual 46
3.4.1c *Bodycopy* 47
3.4.1d *Product Shot* 47
3.4.1e *Baseline* 48
3.4.2 Anatomi Iklan Susu Bubuk Milo Versi Tips Olahraga 49
3.4.2a *Headline* 51

3.4.2b Visual …… 51
3.4.2c *Bodycopy* …….. 52
3.4.2d *Baseline* …… 52
3.4.3 Anatomi Iklan Susu Bubuk Milo Versi Komik …… 53
3.4.3a *Headline* …… 55
3.4.3b Visual …… 55
3.4.3c *Bodycopy* ……... 56
3.4.3d *Baseline* ……. 57

BAB IV ANALISA VISUAL DAN PESAN IKLAN SUSU BUBUK MILO PADA MEDIA CETAK

4.1 Kajian Visual dan Pesan Iklan Susu Bubuk Milo Pada Media Cetak …….. 58
4.2 Analisa Visual Iklan Susu Bubuk Milo Pada Media Cetak ……... 59
4.2.1 Analisa Visual Iklan Susu Bubuk Milo yang Menampilkan *Product Shot* …….. 60
4.2.1a Ikon …… 63
4.2.1b Indeks …… 64
4.2.1c Simbol …… 64
4.2.2 Analisa Visual Iklan Susu Bubuk Milo Versi Tips Olahraga …… 65
4.2.2a Ikon ……... 67
4.2.2b Indeks …… 68
4.2.2c Simbol …… 68
4.2.3 Analisa Visual Iklan Susu Bubuk Milo Versi Komik ……. 69
4.2.3a Ikon ……... 71
4.2.3b Indeks ……... 71
4.2.3c Simbol ……... 72
4.3 Relasi Antar Tanda Iklan Susu Bubuk Milo Pada Media Cetak … 72
4.3.1 Relasi Antar Tanda Iklan Susu Bubuk Milo yang Menampilkan *Product Shot* …….. 74
4.3.2 Relasi Antar Tanda Iklan Susu Bubuk Milo Versi Tips

Olahraga …… 79
4.3.3 Relasi Antar Tanda Iklan Susu Bubuk Milo Versi Komik ……..... 84
4.4 Analisa Pesan Iklan Susu Bubuk Milo Pada Media Cetak ……. 94
4.4.1 Analisa Pesan Iklan Susu Bubuk Milo yang Menampilkan *Product Shot* …….. 94
4.4.2 Analisa Pesan Iklan Susu Bubuk Milo Versi Tips Olahraga …… 95
4.4.3 Analisa Pesan Iklan Susu Bubuk Milo Versi Komik …… 97

BAB V SIMPULAN

5.1 Kesimpulan …….. 100
5.2 Saran 102

DAFTAR PUSTAKA ……. 103