

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.5	Kerangka Pemikiran .....	9
Tabel 2.3.2.1	Perbedaan <i>Advertising</i> dan Promosi .....	23
Tabel 2.4.1.1	Model Komunikasi Dasar .....	25
Tabel 2.4.6.1	Respon Psikologi Warna.....	33
Tabel 2.4.6.2	Tabel Potensi Warna.....	34
Tabel 2.8.3.1	Struktur Industri Televisi .....	48
Tabel 2.10.1.1	Teori Roland Barthes .....	71
Tabel 3.1.3.1	Sejarah Perusahaan .....	77
Tabel 3.1.4.1	Produk-produk Sampoerna .....	79
Tabel 3.2.2.1	Deskripsi Iklan Sampoerna A Mild versi Danau .....	89
Tabel 3.2.2.2	Deskripsi Iklan Sampoerna A Mild versi <i>Conecting</i> .....	99
Tabel 3.2.2.3	Deskripsi Iklan Sampoerna A Mild versi Manimal .....	108
Tabel 4.1.1	Perbandingan antara pangsa pasar Sampoerna 2012-2014 .....	120
Tabel 4.2.1.1	Identifikasi dan klasifikasi Iklan Sampoerna A Mild versi Danau .....	123
Tabel 4.2.2.1	Identifikasi dan klasifikasi Iklan Sampoerna A Mild versi <i>Conecting</i> .....	128
Tabel 4.2.3.1	Identifikasi dan klasifikasi Iklan Sampoerna A Mild versi Manimal .....	132