

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	8
1.6 Lokasi Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Iklan	9
2.1.2 Branding.....	9
2.1.3 Meme	11
2.1.4 Media Sosial.....	14
2.1.5 TikTok.....	17
2.1.6 Semiotika	19
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	27

3.3.1 Objek Penelitian.....	27
3.3.2 Subjek Penelitian.....	27
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.1 Observasi.....	32
3.5.2 Dokumentasi	32
3.6 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	32
3.6.1 Metode Analisis Data.....	32
3.6.2 Teknik Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.2 Hasil Analisis	35
4.2.1 Konten <i>meme</i> 1.....	35
4.2.2 Konten <i>meme</i> 2.....	38
4.2.3 Konten <i>meme</i> 3.....	41
4.2.4 Konten <i>meme</i> 4.....	44
4.2.5 Konten <i>meme</i> 5.....	47
4.3 Mitos dalam Iklan	49
4.4 Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	61