

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Landasan Pemikiran.....	8
F. Langkah-langkah penelitian.....	11
G. Teknik Analisis Data .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>1</b>

A.	Kajian konseptual .....	1
1.	Pengertian Ibadah .....	1
2.	Jenis Ibadah .....	4
3.	Pengertian Pesan .....	9
4.	Iklan .....	18
B.	Kajian Teoritis .....	32
1.	Pengertian Semiotika .....	32
5.	Semiotika Roland Barthers .....	41
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>51</b>
A.	Profile Unilever Indonesia .....	51
1.	Visi dan Misi Unilever Indonesia .....	52
2.	Sejarah Unilever .....	52
3.	Unilever dan Muslim di Indonesia .....	56
B.	Produk Sahaja .....	58
C.	Iklan produk Sahaja .....	63
D.	Hasil penelitian Pesan Ibadah dalam Iklan SAHAJA .....	65
1.	Ibadah <i>Mahdhah</i> .....	66
2.	Ibadah <i>Ghairul Mahdhah</i> .....	74
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>		<b>89</b>
A.	Simpulan .....	89
1.	Makna denotasi dalam Iklan Sahaja .....	89

2.	Makna Konotasi dalam Iklan Sahaja .....	89
3.	Makna Mitos dalam Iklan Sahaja .....	90
B.	Implikasi.....	90
C.	Saran.....	90
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>98</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 <i>Konsep Semiotika Roland Barthes. Sumber: (Sobur, 2018)</i> .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 3.1 Iklan: <i>Tanda dalam iklan Sahaja 1</i>.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 3.2 Iklan: <i>Tanda dalam iklan Sahaja 2</i>.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 3.3 Iklan: <i>Tanda dalam iklan Sahaja 3</i>.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 3.4 Iklan: <i>Tanda dalam iklan Sahaja 4</i>.....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 : Peta Konsep Semiotika.....</b>	<b>9</b>
<b>Gambar 2.1 <i>Konsep Semiotika Roland Barthes</i>. Sumber: (Sobur, 2018) .....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 3.1: Logo Unilever .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 3.2 Logo Sahaja .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 3.3 Produk Sahaja (Pencuci Piring).....</b>	<b>60</b>
<b>Gambar 3.4: Produk Sahaja (Pembersih lantai) .....</b>	<b>61</b>
<b>Gambar 3.5: Produk Sahaja (Spray Higienis) .....</b>	<b>61</b>
<b>Gambar 3.6: Produk Sahaja (Pembersih Higienis untuk sajadah dan mukena) .....</b>	<b>62</b>



## LAMPIRAN

1. Lampiran I Dokumentasi Penelitian ..... 96
2. Lampiran II Blanko Bimbingan Dosen Pembimbing 1 ..... 97
3. Lampiran II Blanko Bimbingan Dosen Pembimbing 2 ..... 98

