UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Semiotika Citra Buah dan Sayuran dalam Pemasaran Jenama Mewah Loewe
Saddam Fitra Endri, Syafrizal, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN ..... **ii**
ABSTRAK ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **vii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Pertanyaan Penelitian 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.4.1 Manfaat Teoritis 5
1.4.2 Manfaat Praktis 5
1.5 Kebaruan Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1 Kerangka Teori Penelitian 8
2.1.1 Iklan Digital 8
2.1.2 Iklan dan Penjenamaan 11
2.1.3 Semiotika Pemasaran 13
2.1.4 Consumer Brandscape 17
2.2 Kerangka Konsep 19
BAB III METODOLOGI **22**
3.1 Paradigma dan Jenis Penelitian 22
3.2 Objek Penelitian 24
3.3 Pengumpulan Data 27
3.4 Analisis Data 27
BAB IV PERGESERAN MAKNA CITRA BUAH DAN SAYURAN DALAM PEMASARAN JENAMA LOEWE **32**
4.1 Dimensi Material: Simbolisasi Secara Hierarkis 32

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Semiotika Citra Buah dan Sayuran dalam Pemasaran Jenama Mewah Loewe
Saddam Fitra Endri, Syafrizal, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.2 Dimensi Konventional: Kode Budaya dan Pergeseran Makna 38
4.3 Dimensi Kontekstual: Sistem Wacana Kemewahan dan Keberlanjutan 45
4.4 Dimensi Performatif: Konstruksi Posisi Subjek dan Sumber Daya Budaya.. 50
4.5 Pergeseran Makna dalam Kerangka DNA Jenama Loewe..... 55
BAB V KESIMPULAN.....59
5.1 Kesimpulan 59
5.2 Rekomendasi 61
5.2.1 Rekomendasi Akademik..... 61
5.2.2 Rekomendasi Praktis 62
DAFTAR PUSTAKA.....63
LAMPIRAN Contoh Tabel Analisis Semiotika Pemasaran 68

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Semiotika Citra Buah dan Sayuran dalam Pemasaran Jenama Mewah Loewe
Saddam Fitra Endri, Syafrizal, S.I.P., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kebaruan Penelitian 7
Tabel 3.1 Objek Penelitian 27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 20
Gambar 4.1 Iklan 1 34
Gambar 4.2 Iklan 2 35
Gambar 4.3 Iklan 5 36
Gambar 4.4 Iklan 6 37
Gambar A.1 Tabel Analisis Iklan 1 68
Gambar A.2 Tabel Analisis Iklan 2 68
Gambar A.3 Tabel Analisis Iklan 3 68
Gambar A.4 Tabel Analisis Iklan 4 69
Gambar A.5 Tabel Analisis Iklan 5 69
Gambar A.6 Tabel Analisis Iklan 6 69
Gambar A.7 Tabel Analisis Iklan 7 69
Gambar A.8 Tabel Analisis Iklan 8 70
Gambar A.9 Tabel Analisis Iklan 9 70
Gambar A.10 Tabel Analisis Iklan 10 70