

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>RINGKESAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMIPRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Konteks Penelitian .....	1
1.2 Fokus penelitian/Pertanyaan masalah .....	4
1.2.1 Fokus Penelitian .....	4
1.2.2 Pertanyaan masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan penelitian.....	5
1.3.2 Kegunaan penelitian.....	6
1.3.2.1 Kegunaan teoritis .....	6
1.3.2.2 Kegunaan Praktis .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian literatur .....	8

2.1.1 Review penelitian sejenis.....	8
2.1.2 Kerangka konseptual.....	10
2.1.2.1 Komunikasi.....	10
2.1.2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	11
2.1.2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	13
2.1.2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	14
2.1.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.2.3 Media Komunikasi.....	18
2.1.2.3.1 Pengertian Media Komunikasi.....	18
2.1.2.3.2 Fungsi Media Komunikasi.....	19
2.1.2.4 Periklanan.....	20
2.1.2.5 Televisi.....	23
2.1.3 Kerangka Teoritis.....	24
2.1.3.1 Semiotika.....	24
2.1.3.2 Semiotika John Fiske.....	25
2.1.3.2.1 Realitas.....	26
2.1.3.2.2 Representasi.....	28
2.1.3.2.3 Mitos.....	29
2.1.3.3 Makna.....	29
2.1.3.4 Perempuan.....	30
2.1.3.5 Video (Visual Audio).....	30

2.1.3.6 Teknik Pengambilan Gambar.....	31
2.1.3.7 Teori Kontruksi Realitas Sosial .....	36
2.2 Kerangka pemikiran .....	38
<b>BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Subjek Penelitian.....	42
3.2 Objek Penelitian .....	42
3.3 Metodologi Penelitian .....	43
3.3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data .....	45
3.3.2.1 Studi Kepustakaan.....	45
3.3.2.2 Observasi.....	45
3.3.2.3 Wawancara Mendalam.....	46
3.3.2.4 Dokumentasi .....	46
3.3.3 Rancangan Analisis Data .....	46
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian .....	49
3.3.5 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian .....	50
3.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	50
3.4.1 Lokasi Penelitian.....	50
3.4.2 Jadwal Penelitian.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	52

4.1.1 Profil Informan.....	53
4.1.2 Hasil Wawancara .....	54
4.1.3 Analisis Video Iklan.....	77
4.2 Pembahasan Penelitian.....	83
4.2.1 Penelitian Semiotika John Fiske .....	83
4.2.2 Level Realitas.....	100
4.2.3 Level Representasi .....	101
4.2.4 Level Ideologi .....	102
4.2.5 Kaitan Iklan dengan Kontruksi Realita Sosial .....	103
4.2.6 Makna Perempuan.....	104
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Tabel Jadwal Penelitian .....	51
Tabel 4.1 Profil Informan.....	53
Tabel 4.2 Tabulasi Informan Mengenai Level Realitas .....	58
Tabel 4.3 Tabulasi Informan Mengenai Level Representasi .....	64
Tabel 4.4 Tabulasi Informan Mengenai Level Ideologi.....	69
Tabel 4.5 Analisis Video Iklan .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3.3 Analisis Data Menurut Miles dan Huberman.....	48
Gambar 4.1 .....	84
Gambar 4.2.....	84
Gambar 4.3.....	86
Gambar 4.4.....	86
Gambar 4.5.....	86
Gambar 4.6.....	89
Gambar 4.7.....	89
Gambar 4.8.....	91
Gambar 4.9.....	91
Gambar 4.10.....	92
Gambar 4.11 .....	92
Gambar 4.12.....	92
Gambar 4.13.....	92
Gambar 4.14.....	95
Gambar 4.15.....	95
Gambar 4.16.....	95
Gambar 4.17 .....	95
Gambar 4.18.....	95
Gambar 4.19.....	98
Gambar 4.20.....	98
Gambar 4.21 .....	98

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Riwayat Hidup.....	113
Lampiran 2 Pedoman Pertanyaan Wawancara.....	114
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara.....	123