

Daftar Isi

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Tahapan Penelitian.....	8
1.6 Waktu Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Komunikasi Pertukaran Tanda dan Makna.....	17
2.2.2 Periklanan.	19
2.2.3 Iklan Televisi.	19
2.2.4 Komunikasi Verbal	22
2.2.5 Komunikasi Non Verbal	23
2.2.6 Semiotika	27

2.2.6 Semiotika Roland Barthes	28
2.2.7 Representasi	31
2.2.8 Maskulinitas	31
2.2.9 Teknik Pengambilan Gambar.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODELOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Objek Penelitian	41
3.3.1 Profil Perusahaan.....	41
3.3.2 Iklan Garnier.....	42
3.4 Definisi Konsep	43
3.5 Unit Analisis	44
3.6 Pengumpulan Data	49
3.7 Teknik Keabsahan Data	49
3.8 Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Karakteristik Data.....	51
4.2 Hasil Penelitian	51
4.3 Tabel Kerja Analisis	53
4.4 Pembahasan	73
4.4.1 Representasi Maskulinitas secara Umum	73
4.4.2 Representasi Maskulinitas Klasik	73
4.4.3 Representasi Maskulinitas Baru	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	