

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1. 1. Latar Belakang .....	1
1. 2. Fokus Penelitian .....	8
1. 3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1. Aspek Teoritis .....	9
1.4.2. Aspek Praktis .....	9
1. 5. Tahapan Penelitian .....	10
1. 6. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
2. 1. Penelitian terdahulu .....	14
2. 2. Tinjauan Teori .....	23
2.2.1. Komunikasi .....	23
2.2.2. Iklan Sebagai Media Komunikasi Massa .....	24
2.2.2.1. Karakteristik Komunikasi Massa .....	25
2.2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa .....	26
2.2.3. Representasi Realitas di dalam Media Massa .....	28
2.2.4. Iklan .....	30
2.2.4.1. Fungsi Iklan .....	31
2.2.5. Periklanan Televisi .....	32
2.2.5.1. Unsur-unsur Iklan dalam Televisi .....	34
2.2.6. Pesan Iklan Verbal dan Non Verbal dalam Iklan .....	37
2.2.6.1. Pesan Verbal .....	37
2.2.6.2. Pesan Non Verbal .....	38

2.2.7. Teknik Sinematografi dalam Memunculkan Realitas .....	45
2.2.8. Warna .....	51
2.2.8.1 Fungsi Warna .....	53
2.2.9. Ideologi Feminisme dalam Iklan Televisi .....	54
2.2.10. Komodifikasi Iklan Televisi .....	57
2.2.11. Semiotika Dalam Realitas .....	59
2.2.12. Kode-Kode Televisi John Fiske .....	61
2.2.13. Kerangka Pemikiran .....	63
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>64</b>
3. 1. Paradigma Penelitian .....	64
3. 2. Metode Penelitian .....	65
3.2.1. Pendekatan Semiotika .....	68
3. 3. Objek Penelitian .....	69
3. 4. Definisi Konsep .....	69
3. 5. Unit Analisis .....	70
3. 6. Teknik Pengumpulan Data .....	75
3. 7. Teknik Keabsahan Data .....	75
3.8. Teknik Analisis Data .....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>78</b>
4. 1. Karakteristik Objek Penelitian .....	78
4.1.1. Identifikasi Tanda .....	78
4. 2. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	80
4.2.1. Hasil Penelitian .....	81
4.2.1.1. Adegan ( <i>Scene</i> ) Pertama .....	81
4.2.1.1.1. Level Realitas .....	82
4.2.1.1.2. Level Representasi .....	83
4.2.1.2. Adegan ( <i>Scene</i> ) Kedua .....	85
4.2.1.2.1. Level Realitas .....	85
4.2.1.2.2. Level Representasi .....	86
4.2.1.3. Adegan ( <i>Scene</i> ) Ketiga .....	88
4.2.1.3.1. Level Realitas .....	88
4.2.1.3.2. Level Representasi .....	90
4.2.1.4. Adegan ( <i>Scene</i> ) Keempat .....	91

4.2.1.4.1. Level Realitas .....	91
4.2.1.4.2. Level Representasi .....	93
4.2.1.5. Adegan ( <i>Scene</i> ) Kelima .....	96
4.2.1.5.1. Level Realitas .....	96
4.2.1.5.2. Level Representasi .....	98
4.2.1.6. Adegan ( <i>Scene</i> ) Keenam .....	101
4.2.1.6.1. Level Realitas .....	101
4.2.1.6.2. Level Representasi .....	103
4.2.1.7. Adegan ( <i>Scene</i> ) Ketujuh .....	105
4.2.1.7.1. Level Realitas .....	105
4.2.1.7.2. Level Representasi .....	107
4.2.1.8. Adegan ( <i>Scene</i> ) Kedelapan .....	110
4.2.1.8.1. Level Realitas .....	110
4.2.1.8.2. Level Representasi .....	112
4.2.2. Pembahasan .....	114
4.2.2.1. Komodifikasi Feminisme oleh Media .....	114
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	120
5. 1. Kesimpulan .....	120
5. 2. Saran .....	122
5. 2. 1. Saran Akademis .....	122
5. 2. 2. Saran Praktis .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	123