

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Stereotip Gender Pada Iklan	5
Tabel 1.2 Tahapan Penelitian	10
Tabel 2.1 Literatur Review Skripsi	11
Tabel 2.2 Literatur Jurnal Nasional	14
Tabel 2.3 Literatur Jurnal Internasional	17
Tabel 2.4 Uraian Suasana Hati dengan Warna	31
Tabel 2.5 Tiga Level Semiotika menurut John Fiske	48
Tabel 3.1 Unit Analisis	60
Tabel 4.1 <i>Scene</i> Pertama Iklan Ramadhan Line Versi Adzan Ayah	74
Tabel 4.2 <i>Scene</i> Kedua Iklan Ramadhan Line Versi Adzan Ayah	85
Tabel 4.3 <i>Scene</i> Ketiga Iklan Ramadhan Line Versi Adzan Ayah	96
Tabel 4.4 <i>Scene</i> Keempat Iklan Ramadhan Line Versi Adzan Ayah	105
Tabel 4.5 <i>Scene</i> Kelima Iklan Ramadhan Line Versi Adzan Ayah	115
Tabel 4.6 <i>Scene</i> Keenam Iklan Ramadhan Line Versi Adzan Ayah	125
Tabel 4.7 <i>Scene</i> Pertama Iklan Ramadhan Line Versi Pulang Bersama Line	132
Tabel 4.8 <i>Scene</i> Kedua Iklan Ramadhan Line Versi Pulang Bersama Line	140
Tabel 4.9 <i>Scene</i> Ketiga Iklan Ramadhan Line Versi Pulang Bersama Line	147
Tabel 4.10 <i>Scene</i> Keempat Iklan Ramadhan Line Versi Pulang Bersama Line	154
Tabel 4.11 <i>Scene</i> Kelima Iklan Ramadhan Line Versi Pulang Bersama Line	163