

DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL	i
DAFTAR ISI	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis	9
1.5.2 Aspek Praktis	9
1.6 Tahapan Penelitian	10
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teori	19
2.2.1 Komunikasi massa.....	19
2.2.2 Iklan	20
2.2.3 Sinematografi.....	27
2.2.4 Jenis suara dalam televisi.....	31
2.2.5 Representasi.....	32

2.2.6. Stereotipe.....	33
2.2.7 Maskulinitas dan Media.....	34
2.2.8 Maskulinitas baru.....	48
2.2.9 Semiotika.....	50
2.3 Kerangka Pemikiran.....	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1 Paradigma Penelitian	57
3.2 Metode Penelitian	60
3.3 Objek Penelitian	61
3.3.1 iklan Nivea Deo men Invisible Black&White	61
3.4 Definisi Konsep.....	67
3.5 Pengumpulan Data	68
3.5.1 Data Primer	69
3.5.2 Data Sekunder	69
3.6 Teknik keabsahan data	69
3.7 Teknik Analisis Data.....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Hasil Penelitian	72
4.2 Identifikasi Tanda	73
4.3 Level Realitas	74
4.4 Level Representasi	87
4.5 Level Ideologi	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	107

DAFTAR TABEL

Tebel 1.1 Stereotype Gender	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 Perbedaan Jenis Kelamin dan Gender	35
Tabel 2.3 Stereotype Gender	36
Tabel 2.4 Konsep Maskulinitas Pada Media.....	43
Tabel 3.1 Kepercayaan Dasar dalam Paradigma Kritis	58
Tabel 3.2 Kumpulan Screenshot	63

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Tahapan Penelitian.	10
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Potongan iklan Nivea Deo men.....	7
Gambar 1.2 Potongan iklan Nivea Deo men.....	7
Gambar 1.3 Potongan iklan Nivea Deo men.....	7
Gambar 1.4 Potongan iklan Nivea Deo men.....	8