

DAFTAR ISI

PEMAKNAAN PEREMPUAN DALAM IKLAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1	15
PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Fokus Penelitian	22
1.3 Rumusan Masalah	23
1.4 Tujuan Penelitian.....	23
1.5 Manfaat penelitian.....	23
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	24
BAB II.....	26
TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Kajian Teori 2. 1. 1 Semiotika	26
2. 1. 1. 1 Semiotika John Fiske	26
2. 1. 1. 2 Realitas.....	27
2. 1. 1. 3 Representasi	35

2. 1. 1. 4 Ideologi	41
2. 1. 1. 5 Mitos	43
2. 1. 2 Makna	43
2. 1. 3 Periklanan	44
2. 1. 3. 1 Iklan	44
2. 1. 4 Perempuan	46
2. 1. 5 Media Sosial	47
2. 1. 5. 1 Media	47
2. 1. 5. 2 Sosial.....	47
2. 1. 5. 3 Media Sosial.....	48
2. 1. 5. 4 Video(Visual serta Audio)	50
2.2 Penelitian Terdahulu	51
2.3 Kerangka Pemikiran.....	64
BAB III	65
METODE PENELITIAN.....	65
3.1 Paradigma Penelitian.....	65
3.2 Metode Penelitian.....	65
3.3 Objek Penelitian	66
3.4 Lokasi Penelitian	66
3.5 Unit Analisis.....	67
3.6 Teknik Pengumpulan Data	76
3.6.1 Data Primer.....	76
3.6.2 Data Sekunder.....	76
3.7 Teknik Keabsahan Data	76
3.8 Teknik Analisis Data.....	78
BAB IV	80
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	80
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	90
4.2.1 Tampilan Visual dalam Scene 1	90
4.2.2 Tampilan Visual dalam Scene 2	94
4.2.3 Tampilan Visual dalam Scene 3	98
4.2.4 Tampilan Visual dalam Scene 4	103
4.2.5 Tampilan Visual dalam Scene 5	107
4.1.6 Tampilan Visual dalam Scene 6	111
4.2 Pemaknaan Iklan Laurier Healthy Skin dalam Pendekatan Semiotika John Fiske	115
BAB V	118
KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	120
5.2.1 Saran Akademis.....	120
5.2.2 Saran Praktis	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	126