

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR HAK CIPTA	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Konsep Iklan di Media	7
2.1.1. Definisi dan Peran Iklan	7
2.1.2. Jenis dan Tujuan Iklan	8
2.1.3. Fungsi Iklan.....	10
2.1.4. Iklan dalam Semiotika.....	11
2.1.5. Representasi dalam Media Massa	15
2.2. Konsep Gender	17
2.2.1. Definisi Gender dan Feminisme	17
2.2.2. Gender dalam Iklan Televisi	20
2.3. Sensualitas Perempuan dalam Iklan	22

2.4. Elemen Visual Iklan Televisi	25
2.5. Penelitian Terdahulu.....	29
2.5.1.Representasi Kecantikan Ideal Pada Perempuan dalam iklan Giv White Mutiara	29
2.5.2.Representasi Maskulinitas Dalam Dua Iklan Produk Perawatan Wajah Khusus Pria	30
2.5.3. Analisis Semiotika Mengenai Pemaknaan Tagline “A <i>Pair Of Shoes Can Change Your Life</i> ”	31
2.5.4.Pembacaan Khalayak Terhadap Tubuh Perempuan dalam Iklan (Studi Analisis Resepsi dengan Model Encoding Decoding Stuart Hall Terhadap Tubuh Perempuan dalam Iklan Axe Provoke Heaven On Earth di televisi)	32
2.6. Model Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Metode Penelitian	34
3.2. Desain Penelitian	38
3.3. Pengumpulan Data	38
3.3.1. Objek Penelitian	38
3.3.2. Unit Analisis	39
3.4. Analisis Data	42
3.4.1. Tahap Pemilihan Scene	42
3.4.2. Tahap analisis	43
3.5 Keabsahan Data/ Validitas Data	43
BAB VI TEMUAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1.Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan Parfum Casablanca	45

4.2. Hasil Interpretasi Iklan Parfum Casablanca	79
4.3. Ideologi yang Terkandung dalam Iklan Parfum Casablanca..	80
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	82
5.1. Simpulan	82
5.2. Implikasi	83
5.3 Rekomendasi	83
DAFTAR PUSTAKA	xiv
INDEKS	xvii
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	<i>Hal</i>
Gambar 3.1. Iklan Parfum Casablanca Versi <i>Teenage Dream</i>	40
Gambar 4.1 Aktor dalam iklan parfum Casablanca di televisi	45
Gambar 4.2 Aktris dalam iklan parfum Casablanca di televisi	46
Gambar 4.3 Aktris dalam iklan parfum Casablanca d televisi	47
Gambar 4.4 Pemeran pembantu dalam iklan parfum Casablanca di televisi	49
Gambar 4.5 <i>Setting</i> Tempat Pertama dalam Iklan Parfum Casablanca ...	51
Gambar 4.6 <i>Setting</i> Tempat Kedua dalam Iklan Parfum Casablanca	53
Gambar 4.7 <i>Properties</i> dalam Iklan Parfum Casablanca	55
Gambar 4.8 <i>Properties</i> dalam Iklan Parfum Casablanca	56
Gambar 4.9 <i>Properties</i> dalam Iklan Parfum Casablanca	57
Gambar 4.10 <i>Color Saturation</i> dalam Iklan Parfum Casablanca	70

DAFTAR TABEL

	<i>Hal</i>
Tabel 2.1. Makna Konotasi Dari Pakaian	26
Tabel 2.2. Makna Konotasi dari Penampilan Fisik	26
Tabel 2.3. Teknik Video Shooting and Editing	27
Tabel 2.4. Video Editing	28
Tabel 2.5. Makna Konotasi Warna	28
Tabel 4.1. Peta Tanda <i>Frame Size</i> Dalam Iklan Parfum Casablanca di Televisi	27 59
Tabel 4.2. Peta Tanda <i>Camera Angles</i> Dalam Iklan Parfum Casablanca di Televisi	65
Tabel 4.3. Peta Tanda <i>Video Editing</i> Dalam Iklan Parfum Casablanca di Televisi	71