DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PERSEMBAHAN i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* ..... v**

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR BAGAN xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah..... 12

1.2.1 Pertanyaan Makro 13

1.2.2 Pertanyaan Mikro 13

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 13

1.3.1 Maksud Penelitian..... 14

1.3.2 Tujuan Penelitian 14

1.4 Kegunaan Penelitian 14

1.4.1 Kegunaan Teoritis 14

1.4.2 Kegunaan Praktis 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1TinjauanPustaka 16

2.1.1 Studi Pendahuluan / Penelitian Terdahulu 16

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 21

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi 21

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi 23

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi 25

2.1.2.4 Komponen Komunikasi 26

2.1.2.5 Proses Komunikasi 27

2.1.2.6 Lingkup Komunikasi 29

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa 31

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Massa 31

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa 33

2.1.3.3 Ciri Komunikasi Massa 36

2.1.4 Pengertian Iklan Televisi 37

2.1.5 Pengertian Cantik 42

2.1.6 Pengertian Analisis Wacana Kritis 43

2.1.7 Karakteristik Analisis Wacana Kritis 45

2.1.8 Pengertian Analisis Wacana Kritis Sara Mills 48

2.2 Kerangka Pemikiran 50

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 54

3.1.1 Sejarah Mattel Inc 54

3.1.2 Tujuan dan Prinsip Mattel Inc 65

3.1.3 Biro Iklan Ogilvy & Mather 65

3.1.4 Sejarah Boneka Barbie 67

3.1.5 Iklan Boneka Barbie 74

3.1.6 Iklan Pertama Boneka Barbie 77

3.2 Metode Penelitian 81

3.2.1 Desain Penelitian 81

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 85

3.2.2.1 Data Primer 85

3.2.2.2 Data Sekunder 85

3.2.3 Teknik Analisis Data 86

3.2.3.1 Analisis Posisi Subjek-Objek 86

3.2.3.2 Analisis Posisi Penulis-Pembaca 87

3.2.4 Lokasi dan Waktu Penelitian 88

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Informan Penelitian 91

4.2 Hasil Penelitian 96

4.3 Pembahasan 134

4.3.1 Pembahasan Posisi Subjek- Objek 138

4.3.2 Pembahasan Posisi Penulis-Pembaca 142

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 156

5.2 Saran 158

DAFTAR PUSTAKA 159

LAMPIRAN 163

RIWAYAT HIDUP 192

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu 18

Tabel 3.1 : Kronologi Sejarah Mattel Inc.....63

Tabel 3.2 : Klasifikasi Iklan Barbie dari tahun 1959-2012.....75

Tabel 3.3 : Tabel Data Informan ……..... 86

Tabel 3.4 : Jadwal Kegiatan Penelitian….....89

Daftar Gambar

Halaman

Gambar 2.1 Proses Komunikasi 28

Gambar 2.2 Iklan Sebagai Proses Komunikasi 39

Gambar 3.1 Boneka Barbie Pertama 70

Gambar 3.2 *Heart Family* Midge 71

Gambar 3.3 Oreo Barbie 72

Gambar 3.4 *All* Barbie 73

Gambar 4.1 Informan I : Dr. Abdul Khaliq 91

Gambar 4.2 Informan II : Elisabeth Nophie Dewi,Phd 93

Gambar 4.3 Informan III: Nadia Tri Khairunissa 95

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 : Bagan Alur Pemikiran .....…….....53

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 : Surat Persetujuan Pembimbing 164

Lampiran 2 : Surat Rekomendasi Sidang Sarjana 165

Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan 166

Lampiran 4 : Lembar Revisi Skripsi 167

Lampiran 5 : Surat Pengantar Wawancara 168

Lampiran 6 : Lembar Identitas Informan 169

Lampiran 7 : Lembar Identitas Informan 170

Lampiran 8 : Lembar Identitas Informan 171

Lampiran 9 : Transkip Wawancara dengan Abdul Khaliq 172

Lampiran 10 : Transkip Wawancara dengan Elisabeth Nophie Dewi 177

Lampiran 11 : Transkip Wawancara dengan Nadia Tri Khairunissa 181

Lampiran 12 : Dokumentasi Wawancara dengan Abdul Khaliq 184

Lampiran 13 : Dokumentasi Wawancara dengan Elisabeth Nophie Dewi 185

Lampiran 14 : Dokumentasi Wawancara dengan Nadia Tri Khairunissa 186

Lampiran 15 : Adegan dalam Iklan 187