## DAFTAR ISI

Hal

**LEMBAR PENGESAHAN .....i**

**LEMBAR PERNYATAAN .....ii**

**LEMBAR PERSEMBAHAN…….....……...iii**

**ABSTRAK.....iv**

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

**KATA PENGANTAR.....vi**

**DAFTAR ISI.....ix**

**DAFTAR TABEL .....xii**

**DAFTAR GAMBAR .....xiv**

**DAFTAR LAMPIRAN .....xv**

**BAB I PENDAHULUAN .....1**

1.1. Latar Belakang Masalah .....1

1.2. Rumusan Masalah .....9

1.2.1 Pertanyaan Mikro.....9

1.2.1 Pertanyaan Mikro.....9

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....9

1.3.1 Maksud Penelitian .....9

1.3.2 Tujuan Penelitian .....9

1.4. Kegunaan Penelitian .....10

1.4.1 Kegunaan Teoritis .....10

1.4.2 Kegunaan Praktis .....10

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN....12**

2.1 Tinjauan Pustaka.....12

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....12

2.1.2Tinjauan Komunikasi.....16

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi .....17

2.1.2.2 Tinjauan Komunikasi Massa.....19

2.1.2.3 Ciri – Ciri Komunikasi Massa.....19

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi Massa .....21

2. 1.3 Tinjauan Tentang Iklan Televisi.....23

2.1.4 Tinjauan Tentang Maskulinitas.....24

2.1.5 Pengertian Maskulinitas.....27

2.1.6 Maskulintas Dalam Iklan.....28

2.1.7 Semiotika.....33

2.1.7.1 Semiotika Roland Barthes.....34

2.2 Kerangka Pemikiran .....39

2.2.1 Kerangka Teoritis .....39

2.2.2 Kerangka Konseptual.....45

**BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....49**

3.1 Objek Penelitian.....49

3.1.1 Sinopsis Iklan.....49

3.2 Metode Penelitian.....52

3.2.1 Desain Penelitian.....55

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....56

3.2.2.1 Studi Pustaka.....56

3.2.2.1 Studi Lapangan.....56

3.2.3 Teknik Analisis Data .....57

3.3 Uji Keabsahan Data.....60

3.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.4.1 Lokasi Penelitian.....62

3.4.2 Waktu Penelitian.....62

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....65**

4.1 Hasil Penelitian.....67

4.1.1 Hasil Analisis Makna Denotatif Maskulinitas Dalam Tayangan Iklan Djrum Super My Great Adventure Indonesia.....67

4.1.2 Hasil Analisis Makna Konotatif Maskulinitas Dalam Tayangan Iklan Djrum Super My Great Adventure Indonesia.....75

4.1.3 Hasil Analisis Makna Mitos/Ideologi Maskulinitas Dalam Tayangan Iklan Djrum Super My Great Adventure Indonesia.....85

4.2 Pembahasan.....100

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....107**

5.1 Kesimpulan.....107

5.2 Saran.....110

5.2.1 Saran Bagi Universitas.....110

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....111

**DAFTAR PUSTAKA.....112**

**LAMPIRAN – LAMPIRAN.....114**