DAFTAR ISI

HAL

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah..... 8

1.2.1 Pertanyaan Makro 8

1.2.2 Pertanyaan Mikro 8

1.3 Maksud danTujuan 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

2.1 Tinjauan Pustaka 12

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 12

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 16

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi 17

2.1.2.2 Sifat Komunikasi 18

2.1.2.3 Komunikasi Verbal 19

2.1.2.4 Komunikasi Non Verbal 21

2.1.3 TinjauanTentang Komunikasi Massa 23

2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Massa 24

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa 26

2.1.4 Tinjauan Tentang Iklan 29

2.1.4.1 Pengertian Iklan 29

2.1.4.2 Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Media 30

2.1.4.3 Iklan Berdasarkan Isi Pesan 31

2.1.5 Tinjauan Tentang *Culural Studies* 33

2.1.5 Tinjauan Tentang Teori Kritis 39

2.1.6 Tinjauan Tentang Semiotika 40

2.2 Kerangka Pemikiran 43

2.2.1 Pengertian Kritik 44

2.2.2 Pengertian Kebebasan 45

2.2.3 Pengertian Ideologi 48

2.2.4 Semiotika John Fiske 49

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 53

3.1.1 Iklan Tri-*Always On* Bebas itu Nyata(Versi Perempuan) 53

3.1.2 Profil Perusahaan Tri 53

3.1.3 *Sequence* Iklan Tri 54

3.1.4 Adegan Iklan 57

3.2 Metode Penelitian 58

3.2.1 Desain Penelitian 59

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 61

3.2.2.1 Studi Pustaka 61

3.2.2.2 Studi Dokumentasi 61

3.2.3 Teknik Analisa Data 62

3.2.4 Uji Keabsahan Data 65

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 67

3.2.6.1 Lokasi Penelitian 67

3.2.6.2 Waktu Penelitian 67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 73

4.1.1 Hasil Analisis Iklan Tri-*Always On* Bebas itu Nyata Versi Perempuan pada sequence ke-1(Prolog)..... 73

4.1.2 Hasil Analisis Iklan Tri-*Always On* Bebas itu Nyata Versi Perempuan pada sequence ke-2(Ideological Content)..... 80

4.1.3 Hasil Analisis Iklan Tri-*Always On* Bebas itu Nyata Versi Perempuan pada sequence ke-3(Epilog)..... 92

4.2 Pembahasan..... 96

4.2.1 Level Realitas..... 99

4.2.2 Level Representasi 102

4.2.3 Level Ideologi 105

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan 111

5.2 Saran.....112

.....

.....

.....

DAFTAR PUSTAKA ..... ….115

DAFTAR LAMPIRAN xv

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 129

DAFTAR TABEL

HAL

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu 13

Tabel 3.1
Sequence Iklan "Tri-*Always On*. Bebas itu Nyata Versi Perempuan..... 55

Tabel 3.2
Waktu dan Kegiatan Peneliti 68

Tabel 4.1
Sequence 1(Prolog)..... 70

Tabel 4.2
Sequence 2(Ideological Content)..... 78

Tabel 4.3
Sequence 3(Epilog)..... 89

Tabel 4.4
Tabel Pembahasan(Level Realitas)..... 99

Tabel 4.5
Tabel Pembahasan(Level Representasi) 101

Tabel 4.6
Tabel Pembahasan(Level Ideologi) 107

DAFTAR GAMBAR

HAL

Gambar 2.1 *Codes of Television* John Fiske.....51

Gambar 2.2 Alur Pemikiran.....52

DAFTAR LAMPIRAN

HAL

Lampiran 1

Surat Persetujan Pembimbing Skripsi 120

Lampiran 2

Surat Rekomendasi Pembimbing Seminar Usulan Penelitian 121

Lampiran 3

Berita Acara Bimbingan 122

Lampiran 4

Pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan Penelitian Skripsi..... 123

Lampiran 5

Lembar Revisi Seminar UP 124

Lampiran 6

Surat Rekomendasi Pembimbing untuk Mengikuti Sidang Skripsi 125

Lampiran 7

Pengajuan Pendaftaran Sidang Skripsi 126

Lampiran 8

Lembar Revisi Skripsi 127

Lampiran 9

Dokumentasi 128