DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

***ABSTRACT* ..... iv**

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL..... xii

DAFTAR GAMBAR..... xiii

DAFTAR LAMPIRAN 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 dan Tujuan Penelitian.....8

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 9

1.4.1 Kegunaan Teoritis 9

1.4.2 Kegunaan Praktis 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka 11

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 11

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 13

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa 16

2.1.3.1 Karekteristik Komunikasi Massa 17

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa 18

2.1.3.3 Proses Komunikasi Massa 21

2.1.3.4 Jenis-jenis Film 22

2.1.3 Televisi Sebagai Media Massa 24

2.1.4 Pengertian Iklan 25

2..1.4.1 Definisi Iklan 25

2.1.4.2 Jenis-jenis Iklan 26

2.1.5 Tinjauan Tentang Iklan Televisi 26

2.1.6 Tinjauan Tentang Diskriminasi 26

2.1.6.1 Definisi Diskriminasi 26

2.1.7 Tinjauan Tentang Etnis 28

2.1.7.1 Definisi Etnis 28

2.1.8 Tinjauan Tentang Semiotika 30

2.2 Kerangka Pemikiran 33

2.2.1 Alur Kerangka Pemikiran.....36

BAB III MODEL PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 40

3.2 Desain Penelitian 41

3.3 Teknik Pengumpulan Data 45

3.3.1 Studi Pustaka 45

3.5 Uji Keabsahan Data 46

3.6 Teknik Analisa Data.....47

3.6.1 *Sequence* yang diambil.....48

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian 49

3.7.1 Lokasi Penelitian 49

3.7.2 Waktu Penelitian 49

BAB IV HASIL PENELTIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian.....51

4.1.1 Sejarah Singkat Sale Stock Indonesia 52

4.1.2 Gambaran Objek Penelitian 54

4.1.2.1 Pemeran dan tim Produksi Iklan Sale Stock Indonesia. 54

4.1.2.2 Sejarah Karir Sutradara3.5 Uji Keabsahan Data 55

4.2 Deksripsi Tentang Iklan.....57

4.2.1 Deksripsi.....57

4.2.2 *Script* Iklan 64

4.3 *Sequence* Yang Diambil Dalam Penelitian Ini.....65

4.3.1 Hasil analisis iklan SaleStock Indonesia – Catwalk Nuantara.....66

4.4 Hasil Penelitian.....83

4.4.1 Hasil Pembahasan Makna Denotatif. 86

4.4.2 Hasil Pembahasan Makna Konotatif.....87

4.4.3 Hasil Pembahasan Makna Mitos/Ideologi 89

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpukan 92

5.2 Saran 93

5.2.1 Saran bagi universitas 93

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 93

5.2.3 Saran bagi masyarakat.....94

DAFTAR PUSTAKA.....95

LAMPIRAN.....97

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 109