DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI.....vi

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR.....xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 9

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 9

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 9

1.3 Maksud dan Tujuan 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

1.4.2.1 Bagi Peneliti ……...10

1.4.2.2 Bagi Akademik ……..11

1.4.2.3 Bagi Masyarakat ……11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 12

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 12

2.1.2 Tinjauan Komunikasi 15

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa …….. 17

2.1.3.1 Karakteristik Komunikasi Massa ……. 18

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa ……20

2.1.3.3 Proses Komunikasi Massa ……25

2.1.4 Televisi Sebagai Media Massa …….26

2.1.5 Pengertian Iklan ……..27

2.1.6 Tinjauan Tentang Iklan Televisi ……. 28

2.1.7 Tinjauan Diskriminasi …… 29

2.1.7.1 Definsi Diskirminasi ……29

2.1.8 Tinjauan Tentang Kesenjangan Sosial ……31

2.1.8.1 Definisi Kesenjangan Sosial …….31

2.1.8.2 Faktor Faktor Kesenjangan Sosial ……32

2.1.8.3 Teori Kelas Sosial Menurut Karl Marx……..42

2.1.8.4 Kondisi Sosial Ekonomi ……46

2.1.8.5 Teori Liminalitas Victor Turner ……47

2.1.9 Tinjauan Semiotika……54

2.2 Kerangka Teoritis ……...57

2.2.1 Mitos Dalam Tayangan Iklan (Televisi): Roland Barthes dan Ideologi…….61

2.2.1 Alur Kerangka Pemikiran ……67

BAB III METODE PENELITIAN DAN OBJEK

3.1 Metode Penelitian …….. 71

3.1.1 Desain Penelitian ……..72

3.1.2 Paradigma Penelitian ……78

3.2 Informan Penelitian ……..84

3.3 Teknik Pengumpulan Data ……...86

3.3.1 Studi Pustaka ……86

3.3.2 Studi Lapangan ……88

3.4 Uji Keabsahan Data ……..88

3.5 Teknik Analisa Data ……...89

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian ……90

3.6.1 Lokasi Penelitian ……..90

3.5.2 Waktu Penelitian ……..90

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Informan ……93

4.2 Deskripsi Iklan ……..94

4.3 Analisis *Sequence* ……96

4.3.1 Analisis *Sequence* 1 Gambaran Kota ……..96

4.3.1.1 Analisis Denotasi *Sequence* 1 ……97

4.3.1.2 Analisis Konotasi *Sequence* 1 ……98

4.3.1.3 Analisis Mitos *Sequence* 1 ……...101

4.3.2 Analisis *Seqeunce* 2 Di Dalam Mobil ……...102

4.3.2.1 Analisis Denotasi *Sequence* 2 ……..104

4.3.2.2 Analisis Konotasi *Sequence* 2…….. 105

4.3.2.3 Analisis Mitos *Sequence* 2 ……...111

4.3.3 Analisis *Sequence* 3 Keadaan Kota ……..112

4.3.3.1 Analisis Denotasi *Sequnce* 3 ……115

4.3.3.2 Analisis Konotasi *Sequence* 3…….. 117

4.3.3.3 Analisis Mitos *Sequence* 3 …….. 123

4.3.4 Analisis *Sequence* 4 Dalam Terowongan …….126

4.3.4.1 Analisis Denotasi *Sequence* 4 ……..126

4.3.4.2 Analisis Konotasi *Sequence* 4 ……..128

4.3.4.3 Analisis Mitos *Sequence* 4 ……...132

4.3.5 Analisis *Sequence* 5 Kota *Modern* ……133

4.3.5.1 Analisis Denotasi *Sequence* 5 ……..135

4.3.5.2 Analisis Konotasi *Sequence* 5 ……..136

4.3.5.3 Analisis Mitos *Sequence* 5 ……...140

4.3.6 Analisis *Sequence* 6 Kebahagiaan ……141

4.3.6.1 Analisis Denotasi *Sequence* 6 ……..144

4.3.6.2 Analisis Konotasi *Sequence* 6 ……..145

4.3.6.3 Analisis Mitos *Sequence* 6 ……...151

4.4 Analisis Ideologi Dibalik Iklan Meikarta ……152

4.5 Permaslahan dan Jawaban Permasalahan dalam Iklan ……154

4.6 Pembahasan …….156

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan ……..163

5.2 Saran ……165

5.2.1 Saran Bagi Universitas ……165

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya ……..165

5.2.3 Saran Bagi Masyarakat ……...166

DAFTAR PUSTAKA ……..167

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu …… 12

Tabel 3.1 Perbandingan Konotasi dan Denotasi ……. 74

Tabel 3.2 Paradigma Ilmu Sosial …… 80

Tabel 3.3 Perbedaan Epistemologi, Ontologi, Aksiologi, dan Metodologi …… 81

Tabel 3.4 Tabel Informan 85

Tabel 3.5 Tabel Penelitian …….. 91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes …….61

Gambar 2.2 Alur Pemikiran Peneliti .....……71

Gambar 4.1 Dokumentasi ……93

Gambar 4.2 *Closing Sequence*……..94

Gambar 4.3 Permasalahan dan Jawaban Permasalahan dalam Iklan …….157