

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR BADAN DAN TABEL</b> .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Komunikasi Sebagai Produksi dan Pertukaran Makna.....	15
2.3 Iklan Sebagai Bentuk Komunikasi Massa dan Sistem Simbolik.....	17
2.4 Representasi Ideologi Dalam Iklan.....	20

2.4.1. Ideologi.....	22
2.4.2 Ideologi Kapitalisme Dalam Media dan Masyarakat.....	24
2.4.3 Teori Representasi.....	27
2.5 Semiotika sebagai sebuah Studi Tentang Tanda.....	29
2.5.1 Mitos .....	35
2.6 Maskulinitas Laki-Laki .....	38
2.6.1 Hegemoni Maskulinitas.....	41
2.6.2 Laki-Laki Dalam Perspektif Patriarki.....	42
2.6.3 Konsep Maskulinitas Baru.....	47

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian.....	51
3.2 Metode Penelitian.....	52
3.3 Unit Analisis.....	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5 Teknik Analisis Data.....	56

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

4.1 Hasil Penelitian.....	58
4.1.1 Analisis Iklan Go-Jek versi “Arang dan Asa”.....	59
4.1.1.1 Storyboard Iklan Go-Jek versi “Arang dan Asa”.....	59
4.1.1.2 Storyline Iklan Go-Jek versi “Arang dan Asa”.....	64
4.1.1.3 Interpretasi Iklan Go-Jek versi “Arang dan Asa”.....	65

4.1.1.3.1 Analisis Adegan Berangkat Bekerja.....	66
4.1.1.3.2 Analisis Adegan Penumpang 1.....	68
4.1.1.3.3 Analisis Adegan Menaiki Tanjakan Curam.....	70
4.1.1.3.4 Analisis Adegan Penumpang 3.....	72
4.1.1.3.5 Analisis Adegan Pemimpin Perusahaan.....	74
4.1.1.4 Makna Denotasi Maskulinitas Iklan	
Go-Jek “Arang dan Asa”.....	76
4.1.1.5 Makna Konotasi Maskulinitas Iklan	
Go-Jek “Arang dan Asa”.....	79
4.1.1.6 Makna Mitologi Maskulinitas Iklan	
Go-Jek “Arang dan Asa.....	80
4.1.2 Analisis Iklan Royco versi “#LoveAtFirstTaste”.....	84
4.1.2.1 Storyboard Iklan Royco versi “#LoveAtFirstTaste”.....	84
4.1.2.2 Storyline Iklan Royco versi “#LoveAtFirstTaste”.....	90
4.1.2.3 Interpretasi Iklan Royco versi “#LoveAtFirstTaste”.....	91
4.1.2.3.1 Analisis Adegan Laki-Laki di Dapur.....	92
4.1.2.3.2 Analisis Adegan Istri Memijat Bahu Suami.....	93
4.1.2.3.3 Analisis Adegan Istri Memasak.....	96
4.1.2.3.4 Analisis Adegan Mengejutkan Pasangan.....	98
4.1.2.3.5 Analisis Adegan Wawancara Istri.....	100
4.1.2.4 Makna Denotasi Maskulinitas Iklan	
Royco “#LoveAtFirstTaste”.....	101
4.1.2.5 Makna Konotasi Maskulinitas Iklan	

Royco “#LoveAtFirstTaste”.....	103
4.1.2.6 Makna Mitologi Maskulinitas Iklan	
Royco “#LoveAtFirstTaste”.....	106
4.2 Pembahasan.....	109
 <b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>117</b>

