

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1-7
1.2 Fokus penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	8-9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian terdahulu.....	10-15
2.2 Periklanan	15-23
2.3 Iklan Televisi	23
2.4 Pesan	23-25
2.5 Khalayak Aktif	25-26
2.6 Teori Encoding-Decoding	26-29
2.7 Teori Resepsi	29-30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31-32
3.2 Metode penelitian	33
3.3 Subjek Penelitian	34-35

3.4 Teknik pengumpulan data	35-37
3.5 teknik analisis data	37-38
3.6 Teknik pemeriksaan keabsahan data	38-39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40-45
4.1.1 Deskripsi Informan	45-46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Perilaku Informan dalam Mengkosumsi Media Televisi	48-52
4.2.2 Pemaknaan Informan Tentang Arti Mantapkan Langkah	52-55
4.2.3 Interpretasi Khalayak secara Umum Terhadap Iklan Rokok Magnum versi Mantapkan Langkah	55-59
4.2.4 Hasil Interpretasi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Rokok Magnum Versi Mantapkan Langkah	59-62
4.2.5 Analisis Kategori Dominant Hegemonic Position	63-65
4.2.6 Analisis Kategori Negosiasi	65
4.2.7 Analisis Kategori Oposisi	66
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Hasil Temuan Peneliti yang Masuk Kategori Dominant-Hegemonic	67-68
4.3.2 Hasil Temuan Peneliti yang Masuk Kategori Negosiasi	69
4.3.3 Hasil Temuan Peneliti yang Masuk Kategori Oposisi	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	71-72
5.2 Saran	72

5.1.1 Saran Akademis72

5.1.2 Saran Praktis73

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

CV

