

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	17

2.2.1 Semiotika .....	17
2.2.1.1 Semiotika Roland Barthes .....	19
2.2.1.2 Makna Konotasi .....	21
2.2.1.3 Mitos.....	23
2.2.2 Pengertian Iklan .....	25
2.2.2.1 Unsur didalam Iklan.....	27
2.2.2.2 Tanda-tanda semiotika didalam Iklan .....	29
2.2.3 Konsep Budaya .....	32
2.2.4 Konsep Maskulinitas.....	34
2.2.5 Maskulin Tradisional .....	36
2.2.6 Maskulin Kontemporer .....	38
2.3 Kerangka Pemikiran .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	43
3.2 Tipe Penelitian .....	44
3.3 Metode Penelitian.....	44
3.4 Objek Penelitian.....	45
3.5 Unit Analisis .....	46
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	46
3.7 Teknik Analisa Data .....	48
3.8 Teknik Pemeriksaan Validitas Data.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	50

4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Tabel Analisis Order of signification.....	52
4.3 Pembahasan .....	65
4.3.1 Tanda Maskulin Kontemporer dan Makna dibaliknya .....	65
4.3.1.1 Tanda maskulin kontemporer Yuppies... ..	66
4.3.1.2 Tanda Maskulin Kontemporer Flamboyan... ..	74
4.3.1.3 Tanda Maskulin Kontemporer Parlente.... ..	81
4.3.2 Tanda Lain yang muncul didalam Iklan Rexona Invisible Dry...	83
4.3.2.1 Tanda Maskulin Tradisional Be a Big Wheel .....	83
4.3.2 Garis Besar Hasil Penelitian.....	88
4.3.2 Mitos lelaki Konsumtif.....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	94
5.2.1 Saran Akademis .....	94
5.2.2 Saran Praktis .....	94
5.2.3 Saran Sosial .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>CURRICULUM VITAE.....</b>	<b>103</b>