

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR TANDALULUS SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Komunikasi	17
2.2.1 Komunikasi Online	17
2.3 Soft Selling	18
2.4 Media Baru	19
2.4.1 Kelebihan dan Kekurangan Media Baru	21
2.5 Media Sosial	22
2.5.1 Kelebihan Media Sosial	22
2.5.2 Jenis – jenis Media Sosial	23
2.5.3 Ciri – ciri Media Sosial	25
2.6 Youtube	26
2.7 Elemen-elemen Iklan Audio Video	27
2.8 Konsep Gender	28
2.9 Analisis Resepsi Khalayak	31
2.9.1 Karakteristik Khalayak Aktif	37
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Subjek Penelitian	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder	47
3.5 Teknik Pengolahan Data Analisis Resepsi	47
3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Story Board	51
4.1.2 Deskripsi Informan	54

4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Pandangan Pemaknaan Informan Terhadap Tokoh	54
4.2.2 Pandangan Pemaknaan Informan Terhadap Ekspresi Gender	59
4.2.3 Pandangan Pemaknaan Informan Terhadap Produk Original	66
4.3 Pembahasan	69
4.3.1 Dominant - Hegemonic	70
4.3.2 Negotiated	74
4.3.3 Oppositional	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
5.2.1 Saran Akademis	81
5.2.2 Saran Praktisi	81
DAFTAR PUSTAKA	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA