

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Kerangka Teori	12
1.5.1 Teori Semiotika Roland Barthes	12
1.5.2 Maskulinitas	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Semiotika	15
2.2 Gender.....	19
2.3 Maskulinitas	23
2.3.1 Pengertian Maskulinitas	23
2.3.2 Sifat-sifat Maskulinitas	25
2.3.3 Maskulinitas dan Gender	26
2.4 Iklan	28
2.4.1 Pengertian Iklan	28
2.4.2 Jenis-Jenis Iklan	29
2.5 Maskulinitas dalam Iklan	33
2.6 Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Objek Penelitian.....	39
3.3 Sumber Data.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	40

3.6	Keabsahan Data.....	42
BAB IV PEMBAHASAN.....		44
4.1	Deskripsi Umum Penelitian	44
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
4.2.1	Deskripsi Hasil Data Semiotik.....	46
4.2.2.	Makna denotasi maskulinitas dalam iklan Shopee versi Cristiano Ronaldo	61
4.2.3	Makna konotasi maskulinitas dalam iklan Shopee versi Cristiano Ronaldo	62
4.2.4	Makna mitologi dalam iklan shopee versi Cristaino Ronaldo	64
4.3	Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP		79
5.1.	Kesimpulan	79
5.2.	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		83