

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Iklan.....	15
2.2 Iklan Televisi.....	20
2.3 Maskulinitas.....	24
2.4 Maskulinitas dalam Iklan.....	26
2.5 Semiotika.....	29
2.6 Semiotika Roland Barthes.....	32
2.7 Penelitian Terdahulu.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Sumber Data.....	38

	3.3 Objek Penelitian.....	39
	3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
	3.5 analisis Data.....	40
	3.6 Validitas Data.....	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
	4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
	4.2 Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan L-Men	47
	4.2.1 Analisis Scene 1	47
	4.2.2 Analisis Scene 2.....	51
	4.2.3 Analisis Scene 3.....	57
	4.2.4 Analisis Scene 4.....	63
	4.3 Pembahasan.....	68
	4.3.1 Maskulinitas Dalam Fungsi Iklan.....	68
	4.3.2 Tren Maskulinitas Dalam Iklan.....	70
	4.3.3 Mitos Maskulinitas dalam Iklan.....	74
BAB V	PENUTUP.....	76
	5.1 Kesimpulan.....	77
	5.2 Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN