

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	16
1.6 Kerangka Pemikiran	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	29
2.1 Khalayak Aktif dan Studi Resepsi.....	29
2.2 Periklanan	34
2.2.1 Definisi Iklan	34
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Iklan	35
2.2.3 Penyampaian Pesan dalam Iklan.....	37
2.2.4 Daya Tarik Iklan	38
2.3 YouTube.....	39
2.3.1 YouTube	39
2.3.2 Iklan YouTube	42
2.3.3 YouTube sebagai Media Periklanan	44
2.4 Kesetaraan Gender.....	46
2.4.1 Konsep Gender.....	46
2.4.2 Pemahaman Masyarakat terhadap Konsep Gender.....	48
2.4.3 Peran Gender dalam Masyarakat	50
2.4.4 Keadilan dan Kesetaraan Gender	52
2.5 Kebebasan Perempuan.....	56
2.5.1 Definisi Kebebasan Perempuan	56
2.5.2 Hak-Hak Perempuan	58

2.6	Gender dalam Iklan	59
2.7	Penelitian Terdahulu	63
BAB III METODE PENELITIAN		68
3.1	Jenis Penelitian	68
3.2	Objek dan Subjek Penelitian	70
3.2.1	Objek Penelitian	70
3.2.2	Subjek Penelitian	70
3.3	Sumber Data	76
3.3.1	Data Primer	76
3.3.2	Data Sekunder	76
3.4	Teknik Pengumpulan Data	76
3.4.1	Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>)	76
3.4.2	Studi Pustaka	77
3.5	Teknik Analisis Data	78
3.6	Uji Keabsahan Data	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		82
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	82
4.1.1	Profil PT Softex Indonesia	82
4.1.2	Deskripsi Softex Daun Sirih	84
4.1.3	Tayangan Iklan Softex Daun Sirih “Hilangin Halangan SIRIHously” di YouTube	86
4.1.4	<i>Preferred Reading</i>	92
4.2	Profil Informan	98
4.2.1	Ghinaa Citra Lestari	98
4.2.2	Nadine Adelia Silaen	99
4.2.3	Mutiara Nazwa Fakhrina	101
4.2.4	Dirani Amaris Fajrin	103
4.2.5	Tiarani Firdaus	104
4.2.6	Shafina Aprinia	106
4.2.7	Mutiara Fauziah Nur Awaliah	107
4.2.8	Jhaka Sena Putra Jala	109
4.2.9	Ahmad Yoga	110
4.2.10	Alief Damarjati	112
4.3	Kebiasaan Bermedia dan Preferensi Informan terhadap Konten dan Iklan di YouTube	113
4.4	Pemahaman Informan terhadap Gender	122
4.5	Pemaknaan Informan terhadap Isi Iklan Softex Daun Sirih “Hilangin Halangan SIRIHously” di YouTube	127
4.6	Pemaknaan Informan terhadap Voice of Baceprot sebagai <i>Brand Ambassador</i> dalam Iklan	154

4.7	Pemaknaan Informan terhadap Kebebasan Perempuan dalam Iklan Softex Daun Sirih “Hilangin Halangan SIRIHously” di YouTube	159
4.8	Faktor yang Memengaruhi Pemaknaan Informan	168
4.9	Posisi Pemaknaan Informan terhadap Kebebasan Perempuan dalam Iklan Softex Daun Sirih “Hilangin Halangan SIRIHously” di YouTube	181
4.10	Temuan Lain.....	190
4.11	Pembahasan	195
BAB V PENUTUP.....		214
5.1	Kesimpulan.....	214
5.2	Saran.....	215
DAFTAR PUSTAKA.....		218
LAMPIRAN.....		225