

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	4
DAFTAR BAGAN.....	5
DAFTAR TABEL.....	6
BAB I PENDAHULUAN.....	7
A. Latar Belakang.....	7
B. Pertanyaan Penelitian.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
1. Manfaat Akademis.....	15
2. Manfaat Praktis.....	15
E. Kebaruan Penelitian.....	15
F. Sistematika Pembagian BAB.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Kerangka Pemikiran.....	19
1. Perkembangan Teori Resepsi dalam Ranah Iklan.....	19
2. Audiens di Era Digital.....	22
3. Representasi Maskulinitas dalam Media Periklanan.....	24
3.1 Maskulinitas Tradisional.....	24
3.2 Maskulinitas Baru.....	27
4. Konsumsi Iklan Audiovisual melalui Platform Digital.....	29

B. Konseptualisasi.....	32
BAB III METODOLOGI	34
A. Paradigma dan Jenis Penelitian.....	34
B. Metode Penelitian.....	35
C. Subjek Penelitian.....	36
D. Profil Informan.....	38
1. AR	39
2. DK.....	40
3. FD.....	40
4. GF.....	41
5. ES	42
6. RX	43
E. Deskripsi Iklan Pantene Miracles Hair Supplement Baru! Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Data Primer	46
2. Data Sekunder	46
G. Teknik Analisis Data.....	47
1. Reduksi Data	47
2. Penyajian Data	47
3. Verifikasi Data atau Kesimpulan	47
BAB IV ANALISIS PEMAKNAAN INFORMAN TERHADAP MASKULINITAS PADA KEANU DALAM IKLAN PANTENE	49
A. Pemahaman Informan Terhadap Peran Gender dalam Media Periklanan.....	50
B. Pemaknaan Informan Terhadap Penampilan Keanu dalam Iklan Pantene	57
C. Posisi Informan Terkait Pemaknaan Terhadap Penggambaran Laki- Laki dalam Iklan Pantene	61
1. Dominant Hegemonic Position	63

2. Negotiated Position	64
3. Oppositional Position	72
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87