



## Daftar Isi

Halaman Persembahan .....	i
Abstrak .....	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Bagan .....	vii
Daftar Gambar.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kebaruan Penelitian .....	7
F. Sistematika Penulisan Bab .....	10
<b>BAB II PETA KONSEPTUAL PERILAKU MEDIA AUDIENS DAN KONTEN SEKSUAL DALAM IKLAN.....</b>	<b>11</b>
A. Kerangka Pemikiran.....	11
1. Audiens dan Pengguna Media Sosial.....	11
2. Perilaku Generasi Z dalam Mengakses Iklan.....	13
3. Muatan Pesan Seksualitas dalam Iklan .....	15
4. Teori Resepsi.....	17
B. Kerangka Konsep.....	20
C. Definisi Operasional.....	22
<b>BAB III METODOLOGI: PENDEKATAN INTERPRETIF, RESEPSI GENERASI Z TERHADAP MUATAN SEKSUAL DALAM IKLAN.....</b>	<b>27</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	27
B. Metode Penelitian.....	27
C. Subjek Penelitian.....	28



D. Profil Informan.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data .....	30
F. Teknik Analisis Data .....	31
<b>BAB IV DI BALIK DAYA TARIK SEKSUAL: MAKNA, GANGGUAN, DAN RESPON KOGNITIF, AFEKTIF, KONATIF AUDIENS .....</b>	<b>32</b>
A. Daya Tarik Muatan Seksualitas pada Iklan Narsis Parfume .....	32
B. Temuan.....	34
1. Deskripsi Umum Informan .....	34
2. Dimensi Faktor Tekstual dan Sosio-psikologis dalam Pemaknaan Generasi Z.....	35
3. Process of Audience Reception.....	53
4. Outcome of Audience Reception .....	63
C. Pembahasan.....	70
1. Pola Penerimaan Informan terhadap Iklan Narsis Parfume .....	70
2. Pemaknaan Informan terhadap Isu Seksualitas.....	71
3. Pemaknaan Informan terhadap Pesan Promosional Bermuatan Seksualitas pada Iklan Narsis Parfume .....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	87
Daftar Pustaka .....	89
Lampiran I.....	99
Lampiran II.....	105



## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Operasionalisasi .....	22
Tabel 3.1 Profil Informan .....	29
Tabel 4.1 Profil Informan .....	34
Tabel 4.2 Pola Konsumsi Iklan Narsis Parfume oleh Informan.....	46
Tabel 4.3 Identifikasi Unsur Seksual Iklan Narsis Parfume .....	80



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Pemaknaan Gen Z tentang Konten Seksual dalam Iklan TikTok Narsis Parfume**  
Lidwina Pragnahita Galuh Lagaida, Syaifa Tania, S.I.P., M.A.  
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## Daftar Bagan

Bagan 2.1 Kerangka Penelitian .....	22
-------------------------------------	----



## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Unggahan Konten Narsis Parfum di Akun Official Instagram (@narsisparfume).....	3
Gambar 1.2 Unggahan Video Narsis Parfume di Akun Official TikTok (@narsisparfume).....	4
Gambar 4.1 Iklan Narsis Parfume dengan Daya Tarik Seksual pada akun @narsisparfume .....	33
Gambar 4.2 Riwayat unggahan yang masuk pada fitur not interested pada akun Instagram pribadi VE .....	42
Gambar 4.3 Cuitan mengenai komentar RI terhadap iklan kondom yang ada pada platform X.....	57
Gambar 4.4 Unggahan ulang AN mengenai aksi demonstrasi melalui akun TikTok pribadinya.....	60
Gambar 4.5 Unggahan ulang NA pada salah satu cuitan di X.....	67