

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	1
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	4
ABSTRAK.....	6
ABSTRACT.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	9
BAB I PENDAHULUAN.....	10
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis Penelitian.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis Penelitian.....	15
1.5 Kebaruan Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Kerangka Teori.....	21
2.1.1 Gender dan Maskulinitas.....	21
2.1.2 Representasi.....	23
2.1.3 Penggambaran Perempuan dalam Media.....	24
2.1.4 Semiotika.....	25
2.2 Kerangka Konsep.....	25
2.3 Definisi Operasional.....	27
BAB III METODOLOGI.....	29
3.1 Paradigma dan Jenis Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Objek Penelitian.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.6 Limitasi Penelitian.....	45
BAB IV Representasi Maskulinitas Perempuan Dalam Iklan Kampanye Skintific X Fimela International Women's Day (2024).....	47
4.1 Analisis Temuan.....	48
4.1.1 Iklan 1 (Nurjannah - Pemadam Kebakaran).....	48
4.1.2 Iklan 2 (Naya Anindita - Sutradara Film).....	54

4.1.3 Iklan 3 (Adinda Tri Wardhani - Managing Editor).....	62
4.1.4 Iklan 4 (Tiara Alincia - Masinis MRT).....	68
4.1.5 Iklan 5 (Priscilla Hertati - Atlet MMA).....	74
4.2 Simpulan Temuan.....	82
4.3 Diskusi.....	82
4.3.1 Representasi Maskulinitas Fungsional pada Perempuan dengan Pekerjaan.....	82
4.3.2 Representasi Maskulinitas Karakter Pribadi Lain dalam Diri Perempuan.....	87
4.3.3 Representasi Maskulinitas Interpersonal dalam Diri Perempuan.....	91
4.3.4 Representasi Maskulinitas Perempuan dalam Bentuk Stabilitas Emosi.....	93
4.3.5 Representasi Maskulinitas Perempuan Melalui Penggambaran Intelektualitas.....	97
4.3.6 Representasi Maskulinitas Fisik pada Tubuh Perempuan.....	99
4.3.7. Pandangan Sosio-Kultural Terhadap Representasi Agresivitas Seksual.....	101
4.3.8 Representasi Maskulinitas Perempuan Berdasarkan Teori Judith Halberstam.....	104
4.4 Simpulan Diskusi.....	108
BAB V.....	109
5.1 Simpulan.....	109
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Saran Akademis.....	110
5.2.2 Saran Praktis.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2 Definisi Operasional.....	28
Tabel 3 Objek Penelitian.....	34
Tabel 4 Analisis Iklan 1.....	49
Tabel 5 Analisis Iklan 2.....	55
Tabel 6 Analisis Iklan 3.....	63
Tabel 7 Analisis Iklan 4.....	69
Tabel 8 Analisis Iklan 5.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	26
Gambar 2.....	30