

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAKSI.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I.....	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah.....	5
C. Tujuan penelitian	5
D. Manfaat penelitian	5
E. Kerangka pemikiran	6
E.1. Representasi dalam Iklan	6
E.2. Iklan	8
E.2.1. Stereotip Perempuan di Iklan	9
E.3. Perempuan Karier	11
E.4. Semiotika	13
E.4.1. Semiotika Roland Barthes	15
E.4.2. Semiotika dalam Iklan	17
F. Kerangka Konsep	19

G. Metodologi Penelitian.....	20
G.1. Objek Penelitian.	20
G.2. Metode Penelitian.	21
G.3. Teknik Pengumpulan Data.....	24
G.4. Teknik Analisis Data.....	25
BAB II	28
A. Perempuan Karier dalam Budaya Patriarki Indonesia	28
B. Stereotip Perempuan dalam Produk	30
C. Stereotip Perempuan pada Iklan Indonesia	34
BAB III.....	42
A. Kultur Iklan Kopi Instan	42
1. ABC	42
2. Kapal Api.....	44
B. Iklan ABC Instant White Coffee dan Kapal Api Grande White Coffee	46
1. Coffeetone.....	46
2. Bertabur Nikmatnya.....	47
Gambar 3.6. Iklan Kapal Api Grande White Coffee.....	47
BAB IV	49
A. Pengantar	49
B. Analisis Stereotip Perempuan Karier pada Iklan ABC Instant White Coffee – Coffeetone dan Kapal Api Grande White Coffee – Bertabur Nikmatnya Menggunakan Semiotika Roland Barthes	50
B.1. <i>Relative Size</i>	50
B.1.1. Iklan ABC Instant White Coffee –Coffeetone.....	51
a. <i>Scene 3 shot</i> 13 dan 14	51
b. <i>Scene 10 shot</i> 39.....	53
c. <i>Scene 11 shot</i> 41-43	55

B.1.2. Iklan Kapal Api Grande White Coffee – Bertabur Nikmatnya	56
a. <i>Scene 2 shot 10</i>	56
b. <i>Scene 4 shot 14 dan 15</i>	58
B.2. <i>Feminine Touch</i>	60
B.2.1. Iklan ABC Instant White Coffee – Coffeetone	60
a. <i>Scene 10 shot 37 dan 38</i>	60
B.2.2. Iklan Kapal Api Grande White Coffee – Bertabur Nikmatnya	62
a. <i>Scene 9 shot 27 dan 28</i>	62
B.3. <i>Function Ranking</i>	63
B.3.1. Iklan ABC Instant White Coffee – Coffeetone	63
a. <i>Scene 3</i>	63
b. <i>Scene 11 shot 40</i>	65
B.3.2. Iklan Kapal Api Grande White Coffee – Bertabur Nikmatnya	67
a. <i>Scene 4</i>	67
B.4. <i>The Ritualization of Subordination</i>	69
B.4.1. Iklan ABC Instant White Coffee – Coffeetone	69
a. <i>Scene 3 shot 14</i>	69
B.4.2. Iklan Kapal Api Grande White Cofffee – Bertabur Nikmatnya.....	72
a. <i>Scene 11 shot 35</i>	72
B.5. <i>Licensed Withdrawal</i>	73
B.5.1. Iklan ABC Instant White Coffee – Coffeetone	73
a. <i>Scene 7 shot 26</i>	73
B.5.2. Iklan Kapal Api Grande White Coffee – Bertabur Nikmatnya	75
a. <i>Scene 8 shot 24</i>	75
C. Analisis Data	76

C.1. Stereotip Perempuan Karier yang Direpresentasikan dalam iklan ABC Instant White Coffee – Coffeetone dan Kapal Api Grande White Coffee – Bertabur Nikmatnya.....	76
a. <i>Relative Size</i>	77
b. <i>Feminine Touch</i>	78
c. <i>Function Ranking</i>	79
d. <i>The Ritualization of Subordination</i>	79
e. <i>Lisenced Withdrawal</i>	80
C.2. Representasi Stereotip Sosok Perempuan Karier dalam Iklan ABC Instant White Coffee dan Iklan Kapal Api Grande White Coffee.....	80
BAB V.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN COPY TEKS IKLAN	92
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Signifikasi Dua Tahap Barthes.....	16
Gambar 1.2. Peta Tanda Roland Barthes (2006:162)	22
Gambar 2.1. Produk <i>deodorant</i>	31
Gambar 2.2. Alat permainan anak perempuan (kiri) dan laki-laki (kanan)	32
Gambar 2.3. Buku <i>sticker</i> lekat dengan maskulinitas dan feminitas	32
Gambar 2.4. Iklan Dove #AkuIndonesia.....	37
Gambar 2.5. Iklan Clean & Clear - <i>Mine Mine Mine</i>	37
Gambar 2.6. Iklan Citra Tahun 1989-1990 – Pelukis	38

Gambar 2.7. Iklan Citra Tahun 1996 – Kembar	38
Gambar 2.8. Iklan Citra Tahun 2010-an - <i>Is It Love</i>	38
Gambar 2.9. Iklan XL – <i>Never Felt Like This Before</i> (2016)	39
Gambar 3.1. Iklan ABC Instant White Coffee versi Tompi dan Dewi Sandra.....	43
Gambar 3.2. Iklan ABC Instant White Coffee bersama Dian Pelangi.....	43
Gambar 3.3. Iklan Kapal Api Grande White Coffee versi Glenn Fredly.....	45
Gambar 3.4. Iklan Kapal Api Grande White Coffee versi Fashion Show	45
Gambar 3.5. Iklan ABC Instant White Coffee.....	46
Gambar 3.6. Iklan Kapal Api Grande White Coffee.....	47
Gambar 4. 1. <i>Scene 3 shot</i> ke-13 dan 14.....	51
Gambar 4. 2. <i>Scene 10 shot</i> 39.....	53
Gambar 4. 3. <i>Scene 11 shot</i> 41-43.....	55
Gambar 4. 4. <i>Scene 2 shot</i> 10.....	57
Gambar 4. 5. <i>Scene 4 shot</i> 14 dan 15	58
Gambar 4. 6. <i>Scene 10 shot</i> 37 dan 38	60
Gambar 4. 7. <i>Scene 9 shot</i> 27 dan 28	62
Gambar 4. 8. Rangkaian <i>scene</i> 3	64
Gambar 4. 9. <i>Scene 10 shot</i> 40.....	66
Gambar 4. 10. Rangkaian <i>scene</i> ke-4.....	68
Gambar 4. 11. Rangkaian <i>scene 3 shot</i> 10-14.....	70
Gambar 4. 12. <i>Scene 3 shot</i> 14.....	70
Gambar 4. 13. Rangkaian <i>scene 4 shot</i> 32-35	72
Gambar 4. 14. <i>Scene 4 shot</i> 35.....	72
Gambar 4. 15. Rangkaian <i>scene 7 shot</i> 22-26.....	73
Gambar 4. 16. <i>Scene 7 shot</i> 26.....	74
Gambar 4. 17. Rangkaian <i>scene 8 shot</i> 24-26.....	75

Gambar 4. 18. <i>Scene 8 shot 24</i>	75
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Iklan TVC Kopi Instan Bubuk Tahun 2017	4
Tabel 1.2. <i>Gender Advertisement</i>	11
Tabel 1.3. <i>Scene</i> Iklan	25
Tabel 2.1. Perbedaan sifat produk perempuan dan laki-laki	33
Tabel 4. 1. <i>Scene</i> Iklan	49
Tabel 4. 2. Stereotip Perempuan Karier pada iklan ABC Instant White Coffee – Coffeetone dan Kapal Api Grande White Coffee – Bertabur Nikmatnya	77
Tabel <i>Copy</i> Naskah Iklan ABC Instant White Coffee – Coffeetone	92
Tabel <i>Copy</i> Naskah Iklan Kapal Api Grande White Coffee – Bertabur Nikmatnya	93
Tabel Struktur Iklan ABC Instant White Coffee – Coffetone	94
Tabel Struktur Iklan Kapal Api Grande White Coffee- Bertabur Nikmatnya.....	125