

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN	9
1.5 KERANGKA PEMIKIRAN	10
1.5.1 Khalayak Sebagai Audiens Media Baru	10
1.5.2 Teori Resepsi serta Penerapannya Pada Media Baru dan Iklan	12
1.5.3 Pesan lingkungan pada Iklan Unilever \"Why Bring A Child to This World?\"	17
1.6 KERANGKA KONSEP	20
Tabel 1.1 Dimensi Penelitian	23
1.7 METODOLOGI PENELITIAN	24
1.7.1 Pendekatan Penelitian	25
1.7.2 Lokasi Penelitian	25
1.7.3 Informan Penelitian	25
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data	26
1.7.5 Analisis Data	27
a. Transkripsi	28
b. Pengorganisasian Data	28
c. Pengenalan	28
d. Koding	28
BAB II Resepsi Khalayak Media Baru, Isu Lingkungan dan Representasinya dalam Iklan \"Why Bring A Child Into This World?\"	30
2.1 Transisi Khalayak Media Massa Ke Pengguna Media Baru serta Penerapan Resepsinya	30
2.2 Tahapan Proses Komunikasi dan Resepsi Pada Pesan dari Media Iklan	33
2.3 Iklan di Media Baru	37
2.4 <i>Environmental Communication dan Green Marketing</i>	38

2.6	Konsep Pembangunan Berkelanjutan (<i>Sustainable Development/ Environment</i>) dengan Peran Anak	48
-----	--	----

2.7	Anak sebagai Inspirasi Perilaku Orang Tua pada Lingkungan	51
-----	---	----

BAB III	Tinjauan Umum " <i>Project Sunlight</i> Unilever" & Profil Informan	54
---------	---	----

3.1	Gambaran Umum PT. Unilever	54
-----	----------------------------	----

3.2	Profil Kampanye <i>Project Sunlight</i>	55
-----	---	----

3.3	Deskripsi Iklan " <i>Why Bring A Child to This World?</i> "	60
-----	---	----

3.4	Profil Informan	66
-----	-----------------	----

BAB IV	Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Lingkungan Dalam Iklan di Media Baru	82
--------	--	----

4.1	Latar Belakang Informan Sebagai Pengaruh Praktik Pemaknaan	82
-----	--	----

4.2	Pemaknaan Mengenai Efektivitas Iklan Di Media Baru	83
-----	--	----

4.3	Kerangka Persepsi dan Referensi Mengenai Isu Lingkungan dan Kaitannya dengan Kehadiran Anak	88
-----	---	----

4.4	Pemahaman Mengenai Konsep Hubungan Anak dengan Masa Depan	95
-----	---	----

4.5	Resepsi Informan terhadap Pesan Lingkungan dalam Iklan " <i>Why Bring A Child to This World?</i> "	99
-----	--	----

4.5.1	Pesan Mengenai Kehadiran Anak dengan Lingkungan	100
-------	---	-----

4.5.2	Pesan Mengenai Kehadiran Anak dengan Optimisme pada Masa Depan	112
-------	--	-----

4.6	Pemaknaan Terhadap Peran Ibu Hamil dan Pasangannya Sebagai Subjek Iklan	122
-----	---	-----

4.7	Pembahasan Pengaruh Praktik Resepsi Sesuai Pengkategorian Informan Aktif/ Pasif	128
-----	---	-----

4.7.1	Informan Aktif	129
-------	----------------	-----

4.7.2	Informan Pasif	131
-------	----------------	-----

BAB V	PENUTUP	134
-------	---------	-----

5.1	Kesimpulan	134
-----	------------	-----

5.2	Saran	137
-----	-------	-----

DAFTAR PUSTAKA	138
-----------------------	------------

LAMPIRAN	145
-----------------	------------