

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	3
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
ABSTRAK.....	iv
LEMBAR DEDIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.2.1    Fokus Penelitian.....	7
1.2.2    Pertanyaan Penelitian.....	7
1.1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.3    Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1    Manfaat Teoritis.....	8
1.3.2    Manfaat Praktis.....	9
1.3.3    Manfaat Akademis.....	9
BAB II.....	2
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	2
2.1    Kajian Terdahulu.....	2
2.1.1    Kajian Tentang Penelitian Terdahulu.....	2
2.2    Landasaan Teoritis.....	18
2.2.1    Semiotika Roland Barthes.....	18
2.2.2    Tinjauan Ilmu Komunikasi.....	22

2.2.3 Komunikasi Massa.....	24
2.2.4 Karakteristik Komunikasi Massa.....	26
2.3 Landasan Konseptual .....	29
2.3.1 Iklan .....	29
2.3.2 Fungsi dan Tujuan iklan.....	33
2.3.3 Iklan dalam Semiotika .....	34
2.4 Makna Perempuan .....	37
2.5 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III .....	47
METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Metode Penelitian .....	47
3.1.1 Jenis Penelitian.....	48
3.1.2 Paradigma Penelitian.....	50
3.2 Objek Penelitian.....	51
3.3 Data dan Sumber Data .....	53
3.3.1 Data.....	53
3.3.2 Sumber Data.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1 Teknik Studi Kepustakaan .....	53
3.4.2 Teknik Dokumentasi .....	54
3.5 Unit Analisis Data .....	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.7 Validasi Data.....	56
3.7.1 Triangulasi Pengamat.....	56
3.7.2 Triangulasi Teori.....	57
BAB IV .....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	58
4.1 Hasil Penelitian .....	58
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	58

4.1.2 Deskripsi Data Penelitian.....	66
4.1.3 Analisis <i>Scene</i> .....	69
4.2 Pembahasan Hasil Analisis .....	93
4.2.1 Makna Perempuan Iklan Gopay versi “No Clickbait: Pevita Murka” .....	93
Secara Denotasi.....	93
4.2.2 Makna Perempuan Iklan Gopay versi “No Clickbait: Pevita Murka” .....	94
Secara Konotasi .....	94
4.2.3 Makna Perempuan Dalam Iklan Gopay versi “No Clickbait: Pevita .....	96
Murka” Secara Mitos .....	96
Tabel Skema Hasil Penelitian .....	99
BAB V .....	100
SIMPULAN DAN SARAN .....	100
5.1 Simpulan .....	100
5.2 Saran .....	101
5.2.1 Saran Secara Teoritis .....	101
5.2.2 Saran Praktis .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	104
GLOSARIUM.....	106
LAMPIRAN.....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 2.1 Matriks Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2 2.2 Peta Tanda Roland Barthes .....	19
Tabel 3 2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
Tabel 4 3.1 Waktu Penelitian .....	52
Tabel 5 4.1 Jenias Layanan dan Jasa Gojek .....	61
Tabel 6 4.2 <i>Scene</i> Iklan Gopay Versi " <i>No Clickbait: Pevita Murka</i> " .....	67
Tabel 7 Analisis <i>Scene</i> pertama .....	69
Tabel 8 Analisis <i>Scene</i> Kedua.....	73
Tabel 9 Analisis <i>Scene</i> Ketiga.....	77
Tabel 10 Analisis <i>Scene</i> Keempat.....	81
Tabel 11 Analisis <i>Scene</i> Kelima .....	85
Tabel 12 Analisis <i>Scene</i> Keenam .....	89
Tabel 13 4.21 Skema Hasil Penelitian .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Signifikasi Dua Tahap Barthes.....	21
Gambar 2 4.1 Logo GO-JEK .....	59
Gambar 3 4.3 Logo Gopay .....	66