

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> -----	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> -----	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> -----	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> -----	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> -----	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> -----	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> -----	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> -----	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> -----	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang -----	1
1.2 Fokus Penelitian -----	13
1.3 Tujuan Penelitian -----	13
1.4 Manfaat Penelitian-----	13
1.4.1 Aspek Teoretis -----	13
1.4.2 Aspek Praktis-----	13
1.5 Tahapan Penelitian -----	14
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian-----	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> -----	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu-----	16
2.2 Tinjauan Teori-----	29
2.2.1 Komunikasi Massa -----	29
2.2.1.1 Fungsi Komunikasi Massa-----	32
2.2.1.2 Media Massa-----	32
2.2.1.3 New Media-----	34
2.2.2 Audience -----	35
2.2.3 Iklan-----	36
2.2.3.1 Fungsi Periklanan-----	37
2.2.3.2 Jenis-Jenis Iklan-----	40

2.2.4 Toleransi Beragama -----	42
2.2.5 Analisis Resepsi Khalayak -----	43
2.2.6 <i>Encoding</i> dan <i>Decoding</i> -----	44
2.3 Kerangka Pemikiran -----	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN-----</b>	<b>47</b>
3.1 Paradigma Penelitian -----	47
3.2 Metode Penelitian-----	49
3.3 Subjek/Objek Penelitian -----	52
3.3.1 Objek Penelitian -----	52
3.3.2 Subjek Penelitian -----	53
3.4 Definisi Konsep -----	53
3.5 Unit Analisis-----	54
3.6 Teknik Pengumpulan Data -----	54
3.6.1 Data Primer -----	54
3.6.2 Data Sekunder -----	55
3.7 Teknik Keabsahan Data-----	55
3.8 Teknik Analisis Data -----	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN-----</b>	<b>58</b>
4.1 Karakteristik Informan -----	58
4.2 Hasil Penelitian -----	59
4.2.1 Gambaran Iklan Amazon “ <i>Friendship of Imam and Priest</i> ”-----	59
4.2.1.1 Target Audiens Iklan Amazon “ <i>Friendship of Imam and Priest</i> ” -	61
4.2.1.2 Tema dan Pesan Iklan Amazon “ <i>Friendship of Imam and Priest</i> ” -	61
4.2.1.3 Pemilihan Media Iklan Amazon “ <i>Friendship of Imam and Priest</i> ”	61
4.2.2 Resepsi Khalayak tentang Iklan Amazon “ <i>Friendship of Imam and</i>	
<i>Priest</i> ” -----	62
4.2.2.1 Kesan Pertama -----	62
4.2.2.2 Isi Iklan -----	64
4.2.2.3 Tema Iklan -----	67
4.2.2.4 Pesan Iklan-----	69
4.2.2.5 Sikap Informan -----	73
4.2.3 Pengetahuan Informan tentang Toleransi Beragama -----	76

4.2.3.1 Makna Toleransi Beragama -----	76
4.2.3.2 Memberi Ilmu Toleransi Beragama pada Keluarga-----	79
4.2.3.3 Saran Terhadap Toleransi Beragama di Indonesia -----	82
4.2.4 Pengalaman Informan tentang Toleransi Beragama-----	85
4.2.4.1 Pengalaman Pertemanan dalam Toleransi Beragama -----	85
4.3 Pembahasan -----	88
4.3.1 Analisis Hasil Penelitian-----	88
4.3.2 Pengelompokkan informan berdasarkan Encoding-Decoding Stuart Hall -----	95
4.3.2.1 Posisi Dominan Hegemoni -----	96
4.3.2.2 Posisi Negosiasi-----	96
4.3.2.3 Posisi Oposisi-----	97
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN -----</b>	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan -----	98
5.2 Saran-----	98
5.2.1 Saran Akademis-----	98
5.2.2 Saran Praktis -----	99
<b>DAFTAR PUSTAKA -----</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN -----</b>	<b>104</b>
Pertanyaan Wawancara -----	104
Transkrip Wawancara -----	105
Biodata Informan -----	116

