

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Teori	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.1.2 Iklan.....	9
2.1.3 Semiotika	10
2.1.3.1 Teori Semiotika John Fiske.....	13
2.1.4 Realitas	15
2.1.5 Representasi.....	16
2.1.6 Ideologi.....	17
2.1.7 Feminisme.....	18
2.1.8 Kecantikan Perempuan.....	19
2.1.9 Kontemporer.....	21
2.1.10 Kecantikan Kontemporer.....	21
2.1.11 Sinematografi.....	22
2.1.12 Ekspresi Wajah.....	25
2.1.13 Warna	26
2.1.14 Musik.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30

2.3 Kerangka Berpikir.....	38
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	41
3.3 Lokasi Penelitian.....	42
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	48
3.5.1 Data Primer.....	49
3.5.2 Data Sekunder.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	50
BAB 4 PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	51
4.1 Pembahasan.....	51
4.1.1 Level Realitas.....	51
4.1.1.1 Kode Penampilan.....	51
4.1.1.2 Kode Kostum dan Tata Rias.....	53
4.1.1.3 Kode Lingkungan.....	56
4.1.1.4 Kode Perilaku.....	59
4.1.1.5 Kode Cara Berbicara.....	64
4.1.1.6 Kode Gestur.....	65
4.1.1.7 Kode Ekspresi.....	71
4.1.2 Level Representasi.....	73
4.1.2.1 Kode Kamera.....	73
4.1.2.2 Kode Pencahayaan.....	78
4.1.2.3 Kode Penyuntingan.....	82
4.1.2.4 Kode Musik.....	82
4.1.3 Level Ideologi.....	84
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Level Realitas.....	85
4.2.2 Level Representasi.....	86
4.2.3 Level Ideologi.....	87
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	90

5.2.1 Saran Akademis.....	90
5.2.2 Saran Praktisi	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
BUKU	92
SKRIPSI.....	94
JURNAL.....	95