

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoretis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Pesan.....	12
2.1.2 Komunikasi Massa	14
2.1.2.1 Pesan dalam Media Massa.....	16
2.1.3 Film Sebagai Media Komunikasi Massa	18
2.1.4 Khalayak Media Massa	20
2.1.5 Teori Resepsi	22
2.1.6 Remaja Dalam Mengkonsumsi Media	23
2.1.7 Objektifikasi	25
2.1.8 Indikator Tindakan Objektifikasi	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	34

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3.1 Subjek Penelitian	36
3.3.2 Objek Penelitian	38
3.4 Lokasi Penelitian	40
3.5 Unit Analisis Penelitian	40
3.6 Jenis Sumber Data	46
3.6.1 Data Primer	46
3.6.2 Data Sekunder	46
3.7 Metode Pengumpulan Data	46
3.8 Teknik Analisis Data	47
3.9 Teknik Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Pemaknaan Informan Pada Posisi Hegemonik-Dominan	50
4.1.2 Pemaknaan Informan Pada Posisi Negosiasi	55
4.1.3 Pemaknaan Informan Pada Posisi Oposisi	59
4.2 Pembahasan	59
4.2.1 Analisis Berdasarkan Teori Resepsi Stuart Hall	60
4.2.2 Analisis Berdasarkan Teori Objektifikasi Nussbaum	71
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
5.2.1 Saran Akademis	75
5.2.2 Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	82