

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii.
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I : PENDAHULUAN.....

A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kajian hasil Penelitian Terdahulu.....	7
F. Definisi Konsep.....	8
G. Kerangka Pikir penelitian.....	12
H. Metode Penelitian.....	13
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	13
2. Unit analisis.....	14
3. Jenis dan Sumber Data.....	15
4. Tahap-tahap penelitian.....	15
5. Teknik Pengumpulan Data.....	17
6. Teknik Analisis data.....	17
I. Sistematika pembahasan.....	18

BAB II : KAJIAN TEORITIS.....

A. KAJIAN PUSTAKA.....	20
1. Pengertian Komunikasi Visual.....	20
2. Pengertian Representasi.....	23

3. Pengertian Iklan.....	26
4. Laki-laki Metroseksual Dalam struktur Budaya Masyarakat.....	31
5. Televisi Sebagai Pembentuk Image.....	37
B. KAJIAN TEORI.....	39
1. Semiotika Roland Barthes.....	39
2. Teori Makna.....	45

BAB III : PENYAJIAN DATA.....

A. DESKRIPSI SUBYEK, OBYEK.....	48
1. Deskripsi Penelitian.....	48
a. Sejarah dan Profil PT. Unilever.....	48
b. Profil produk Vaseline for Men.....	58
2. Deskripsi Iklan Vaseline for Men versi Ariel Noah.....	60
a. Profil Iklan.....	60
b. Sinopsis Iklan.....	61
B. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN.....	62
1. Representasi Pria Dalam Iklan Vaseline for Men.....	64
a. Makna Denotatif.....	64
b. Makna Konotatif.....	67

BAB IV : ANALISIS DATA.....

A. Temuan Penelitian.....	70
1. Laki-laki Sebagai Pria Macho.....	75
2. Laki-laki Sebagai Pria Metroseksual.....	79
3. Laki-laki Sebagai Pria Gentlemen.....	83
B. Konfirmasi Temuan dan teori.....	85

BAB V : PENUTUP.....

A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA.....

A. Buku.....	
B. Internet.....	

LAMPIRAN.....