

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN MAKSUD PENULISAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL, GAMBAR, DAN BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Rumusan Masalah	I-13
I.3 Tujuan Penelitian	I-14
I.4 Manfaat Penelitian	I-14
I.5 Tinjauan Pustaka	I-14
I.5.1 Teori Persepsi.....	I-14
I.5.1.1 Pengertian Persepsi	I-14
I.5.1.2 Proses Terbentuknya Persepsi.....	I-16
I.5.1.3 Jenis-Jenis Persepsi.....	I-17
I.5.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	I-20
I.5.2 Pengertian Interpretasi.....	I-21
I.5.2.1 <i>Audience analysis</i>	I-21

I.5.2.2	<i>Encoding-Decoding</i>	I-22
I.5.3	Pengertian Khalayak (<i>audience</i>).....	I-24
I.5.4	Maskulinitas dalam Media.....	I-26
I.5.4.1	Pegertian Maskulinitas	I-26
I.5.4.2	Gambaran Maskulinitas dalam Perkembangan... I-28	
I.5.2.3	Stereotipe Laki-Laki dalam Media.....	I-32
1.5.5	<i>Focus Group Discussion</i>	I-33
1.6	Metodologi Penelitian.....	I-36
1.6.1	Metode Penelitian.....	I-36
1.6.2	Tipe Penelitian.....	I-36
1.6.3	Sasaran Penelitian.....	I-36
1.6.4	Batasan Penelitian.....	I-37
1.6.5	Unit Analisis.....	I-38
1.6.6	Teknik Pengumpulan Data.....	I-38
1.6.7	Teknik Analisis data.....	I-39
BAB II	GAMBARAN UMUM KAJIAN PENELITIAN.....	II-1
II.1	Tentang AXE Indonesia	II-1
II.2	Surya 16	II-5
II.3	Unilever Indonesia.....	II-6
II.4	Kontroversi Iklan AXE.....	II-7
II.5	Iklan AXE Indonesia.....	II-8
II.6	Iklan Surya 16 Versi <i>Photografer</i>	II-9
BAB III	ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	III.1
III.1	Karakteristik Informan.....	III.2
III.2	Persepsi dan Interpretasi Informan Terhadap Gambaran	

Maskulinitas dalam iklan AXE Indonesia dan Surya 16 versi Photografer	III-8
III.2.1 Persepsi dan Interpretasi Informan Terhadap Gambaran Maskulinitas dalam Iklan AXE Indonesia.....	III-8
III.2.2 Persepsi dan Interpretasi Informan Terhadap Gambaran Maskulinitas dalam Iklan Surya 16 Versi <i>Photografer</i>	III-14
III.2.2.1 Persepsi dan Interpretasi Informan Mengenai Laki- Laki, Parfum dan Maskulinitas.....	III-23
III.2.2.2 Persepsi dan Interpretasi Informan Terhadap Laki- Laki, Fotografer, dan Maskulinitas.....	III-28
III.2.2.3 Persepsi dan Interpretasi Informan Terhadap Laki- Laki, Rokok dan Maskulinitas.....	III-31
III.3 Persepsi dan Interpretasi Informan Tentang Perbandingan Gambaran Maskulinitas Antara Iklan AXE Indonesia dan Surya 16 versi <i>Photografer</i> menurut Informan.....	III-33
BAB IV KESIMPULAN & SARAN	IV.1
IV.1 Kesimpulan	IV-1
IV.II Saran.....	IV-2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL, GAMBAR, DAN BAGAN

Tabel 1.5.2.3.1 *Adjectives stereotypically associated with women and men* (based on Williams & Bennet, 1975..... I-33

Gambar II.1.....II-9

Gambar II.2..... .II-10

