

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi

BAB I: PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	7
F. Definisi Konsep.....	8
G. Kerangka Pemikiran.....	10
H. Metode Penelitian.....	13
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	13
2. Unit Analisis.....	15
3. Jenis dan Sumber Data.....	15
4. Tahap Penelitian.....	16
5. Teknik Pengumpulan Data.....	16
6. Teknik Analisis Data.....	17

I. Sistematika Pembahasan.....	18
--------------------------------	----

BAB II: KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka.....	20
1. Tinjauan Tentang Komunikasi.....	20
a. Pengertian Komunikasi.....	20
b. Komponen Dasar Komunikasi.....	21
c. Prinsip Komunikasi.....	23
2. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa.....	25
a. Definisi Komunikasi Massa.....	25
b. Ciri-ciri Utama Komunikasi Massa.....	26
c. Bentuk Komunikasi Massa.....	27
d. Model dan Teori Komunikasi Massa.....	28
3. Tinjauan Tentang Periklanan.....	31
a. Definisi dan Teori Periklanan.....	31
b. Iklan Televisi.....	33
c. Aspek Strategi Dalam Iklan.....	34
d. Tahap Konstruksi Media Massa.....	37
B. Kajian Teori.....	37
1. Teori Representasi.....	37
a. Teori Representasi Dalam Ilmu Sosial.....	37
b. Teori Representasi Dalam Kajian Ilmu Komunikasi....	39
2. Teori Humanistik.....	44
3. Analisis Isi.....	47

BAB III. PENYAJIAN DATA

1. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian.....	55
a. Pemilihan Media.....	55
b. Subjek Penelitian.....	56
2. Deskripsi Objek Penelitian.....	62
3. Deskripsi Data Penelitian.....	64

BAB IV. ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian.....	107
a. Hasil Penelitian Deskriptif.....	107
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori.....	113

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	116
B. Rekomendasi.....	118

Daftar Pustaka

Biodata Penulis

Lampiran-lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel. 1	Ragam Teori Komunikasi Massa.....	30
Tabel. 2	Data Iklan Televisi Edisi Desember 2012.....	57
Tabel. 3	Hasil <i>coding</i>	64
Tabel 3.1	Posisi Anak Dalam iklan.....	73
Tabel 3.2	Pesan yang Disampaikan Dalam Iklan.....	74
Tabel 3.3	Adegan yang Diperankan Anak Dalam Iklan.....	74
Tabel 3.4	Penggambaran Anak Dalam Iklan.....	74
Tabel 3.5	kondisi Anak Dalam Iklan.....	75
Tabel 3.6	Peran Anak Dalam Iklan.....	75
Tabel. 4	Daftar Distribusi Frekuensi Eksploitasi Anak Dalam Iklan Televisi.....	107

DAFTAR GRAFIK

Grafik. 1	Data Iklan Televisi Desember 2012.....	61
-----------	--	----