

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Akademis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Teori Konstruksi Sosial Media Massa.....	6
2.2 Landasan Konsep.....	10
2.2.1 <i>Web series</i>	10
2.2.2 Seksualitas.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	21

2.3.1 Makna Kerja Keras dalam Film “LALA LAND”	21
2.3.2 Konstruksi Gender dalam Media Massa (Analisis Semiotika Pierce pada Program Mata Najwa Episode “Gengsi Berebut Kursi”).....	22
2.3.3 Konstruksi Seksualitas dalam Film (Studi Semiotika Roland Barthes pada Film Supernova).....	23
2.3.4 Decoding Fashion Advertising Symbolism in Masstige and Luxury Brands	23
2.4 Kerangka Berpikir	28
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Bahan Penelitian.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Netflix	45
4.1.2 <i>Web series</i> Netflix Sex Education Season 2	46
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Tahap Analisis Konstruksi Seksualitas dalam <i>Web series</i> Netflix Sex Education <i>Season 2</i>	53
4.3 Pembahasan.....	76
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Akademis	79
5.2.2 Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
RIWAYAT HIDUP PENULIS	83