

ABSTRACT

Kita sering kali melihat iklan dalam berbagai bentuk, baik dalam bentuk gambar, tulisan bahkan suara. Terkadang kita tidak menyadari bahwa iklan tersebut sedang mengusung suatu konsep atau menyimpan makna yang lebih dalam namun tetap dikemas sedemikian rupa sehingga menarik perhatian publik. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda yang sangat tepat untuk digunakan dalam menganalisis iklan dengan tujuan mengungkapkan pesan-pesan di balik gambar dalam suatu iklan.

Dalam skripsi ini, saya menganalisis dua buah iklan Voodoo Hosiery. Voodoo Hosiery merupakan produk *fashion* terkenal di Australia yang memproduksi stoking dan beragam *legging*. Saya menangkap suatu konsep yang mereka gunakan dalam iklan seri mereka, yaitu konsep *female domination*.

Saya berharap skripsi ini dapat menjadi inspirasi bagi para pembaca yang tertarik untuk mengangkat pesan yang terpendam dibalik suatu gambar serta menemukan tidak hanya yang terlihat jelas saja, tetapi yang tidak tampak dalam suatu iklan.

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS	i
TABLE OF CONTENTS	ii
ABSTRACT	iii
CHAPTER ONE : INTRODUCTION	
1.1 Background of the Study	1
1.2 Statement of the Problem	4
1.3 Purpose of the Study	4
1.4 Methods of Research	4
1.5 Organization of the Thesis.....	5
CHAPTER TWO : THEORETICAL FRAMEWORK	
2.1 Semiotics	6
2.2 Saussure's Theory.....	7
2.3 Barthes' Theory	8
2.4 Female domination	10
CHAPTER THREE : FEMALE DOMINATION IN VODOO HOSIERY ADVERTISEMENTS	
3.1 Female domination in Voodoo Hosiery Advertisement One.	15
3.2 Female Domination in Voodoo Hosiery Advertisement Two.....	34
CHAPTER FOUR : CONCLUSION	49
BIBLIOGRAPHY	54
APPENDIX	57