

## Daftar Pustaka

- Alim Saadah.(1994). *Minangkabau, beberapa cukilan dari kehidupan masyarakat dalam Peran dan kedudukan wanita Indonesia*. Yogyakarta: Gajha Mada University Press.
- Arikunto Suharismi (1993) *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan praktek*. Jakarta :Penerbit Rineka Cipta.
- Boerenbeker, E. A.(1994). *Wanita dalam Hukum Tanah Adat*. dalam *Peran dan kedudukan wanita Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Boerenbeker, E. A.(1994). *Wanita dalam Hukum Tanah Adat*. dalam *Peran dan kedudukan wanita Indonesia*. Yogyakarta: Gajha Mada University Press.
- David O. Sears, Jonathan L. Freedman dan L. Anne Peplau (1985). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Eric B. Shiraev & David A. Levy (2012). *Psikologi lintas kultural : Pemikiran kritis dan terapan modern*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Faridhian Anshari & Narayana Mahendra (2014) *New Media dan Social Media sebagai sarana Branding Klub sepak Bola Indonesia* dalam Fajar Junaedi, Stio Budi, Bonaventura Satya Bharata(ed). *Sport, Komunikasi dan Audiens : arena olahraga dalam diskursus ekonomi-politik, bisnis dan cultral studies*. Yogyakarta : Buku Litera.
- Fakih Mansour. (1996). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset.
- HH Setio Budi (2013) *Literasi iklan : mengembalikan kesadaran dan kecerdasan khalayak* dalam Rini Darmastuti dan Fajar Junaedi (ed) *Literasi Media & Kearifan lokal 'konsep dan aplikasi*. Yogyakarta : Buku litera.
- Herdiansyah Haris. (2016). *Gender dalam Perspektif Psikologi*. Jakarta: Selemba Humanika.

Jalaludin Rakhmat (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.

Junus Umar (2014) *Kebudayaan Minangkabau dalam Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta : Djambatan

Koentjaraningrat (1977). *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta : PT. Gramedia.

Liliweri Alo.(2009). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*.Yogyakarta : PT LkiS Printing Cemerlang.

Mufarrih, Muktaf Zein . (2015). *Periklanan: Sebuah Pendekatan Praktis*.Yogyakarta : Buku Litera.

Mulyana Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Dzuhayatin Siti Ruhaini.(1998). *Ideologi Pembahasan Perempuan : Perspektif Feminisme dan Islam dalam Wacana Perempuan dalam Keindonesiaan dan Kemoderenan*. Yogyakarta: PT Pusaka Cidesindo.

Monle Lee & Carla Johnson (2011). *Prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif Global*. Jakarta : Kencana

Moriarty Sandra dkk. (2011). *Advertisng :Edisi Kedelapan*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Sarwono Sarlito W. dan Eko A. Meinarno (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Severin Werner J. & James W. Tankard, Jr (2011). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan dalam Media massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Suciati.(2016). *Psikologi Komunikasi : Sebuah tinjauan teoritis dan perspektif Islam*.Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.

(2017). *Teori Komunikasi : dalam multi perspektif*. Yogyakarta: Buku LiteraYogyakarta.

Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sukmono, Filosa Gita dan Fajar Junaedi. (2014). *Komunikasi Multikultur : Melihat Multikultur dalam Genggaman Media*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.

Soyomukti Nurani. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

### **PENELITIAN TERDAHULU**

Apriani Sarinah.(2015). *Persepsi Mahasiswi tentang Iklan Kosmetik Wardah Exclusive series Versi Dewi Sandra di Televisi (Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman)*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol. 3, (1) 2015 : 309-324.

Carolina dan Ester Krisnawati .( 2013). *Persepsi Khalayak terhadap Iklan AXE Bidadari Indonesia serta Faktor yang Mempengaruhinya*, Journal Cakrawala, Vol. 3, No 1 (2014).

Munir Misnal .(2015). *Sistem kekerabatan dalam kebudayaan Minangkabau : Perspektif aliran Filsafat Strukturalisme Jean Claude Levi-Strauss*, Jurnal Filsafat, Vol. 25, No. 1, Februari 2015.

Tenis Videntus, Herru Prasetyo Widodo, dan Mondry .(2013). *Persepsi Mahasiswi Pada Perempuan sebagai Ikon Iklan*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 2, No. 2 (2013) : 2442-6962.

### **INTERNET**

<http://www.tropicanaslim.com/products/>

[https://www.youtube.com/results?search\\_query=tropicana+slim+stevia](https://www.youtube.com/results?search_query=tropicana+slim+stevia)

[https://www.youtube.com/watch?v=PY3\\_jveYQSI](https://www.youtube.com/watch?v=PY3_jveYQSI)

<https://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/60130-ketika-dion-wiyoko-kedatangan-istri-dari-masa-depan>  
<http://marketeers.com/10-iklan-indonesia-ini-raih-jumlah-viewers-tertinggi-di-youtube/>  
<http://bunghatta.ac.id/artikel-107-peran-dan-kedudukan-perempuan-dalam-kebudayaan-minangkabau.html>  
<http://hiburan.metrotvnews.com/film/zNAG5w6k-web-series-alternatif-menonton-film-selain-di-bioskop>  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Dion\\_Wiyoko](https://id.wikipedia.org/wiki/Dion_Wiyoko)  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Tika\\_Bravani](https://id.wikipedia.org/wiki/Tika_Bravani)  
<http://marketplus.co.id/2017/02/tropicana-slim-stevia-pemanis-alami-dari-daun-stevia/>  
<https://www.famous.id/video/entertainment/3-kota-yang-digunakan-untuk-syuting-webseries-sore-170221g.html>  
<https://www.famous.id/video/entertainment/webseries-sore-alternatif-tontonan-video-online-sekelas-layar-lebar-1702016.html>  
<http://www.tribunnews.com/seleb/2016/08/08/gelar-sutan-marajo-dari-keluarga-tika-bravani-bikin-dimas-aditya-tersanjung-dan-bingung>  
<https://www.tropicanaslim.com/our-story/>  
<https://www.tropicanaslim.com/products/>  
<https://www.dream.co.id/lifestyle/kampanyaken-hidup-sehat-lewat-webseries-sore-170210c.html>  
<http://marketeers.com/webseries-sore-kampanye-digital-tropicana-slim/>  
<http://marketeers.com/cara-brand-melawan-manisnya-gula/>  
<http://hiburan.metrotvnews.com/film/zNAG5w6k-web-series-alternatif-menonton-film-selain-di-bioskop>

## GAMBAR

Gambar.1.1.[https://www.google.co.id/search?q=sore+istri+dari+masa+depan&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwishILe4snXAhWK6Y8KHQcmCxUQ\\_AUICygC&biw=1024&bih=527#imgrc=QE7MDA1krqQugM](https://www.google.co.id/search?q=sore+istri+dari+masa+depan&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwishILe4snXAhWK6Y8KHQcmCxUQ_AUICygC&biw=1024&bih=527#imgrc=QE7MDA1krqQugM): Diaksestanggal 19 November 2017 11.25.01 WIB.

Gambar.1.2. Komponen dalam analisis data (*interactive model*) (Sumber: Miles dan Huberman).

Gambar1.3.[https://www.google.co.id/search?q=logo+nutrifood&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=09Xmqh5GlXq9IM%253A%252Cy15BCkJKfXW0aM%252C\\_&usg=\\_\\_9QksJxi\\_gQpBaSnyGWjU\\_kSAtkI%3D&sa=X&ved=0ahUKEwjH6rTRqdPXAhUWR48KHX9hBMMQ9QEILjAD#imgrc=09Xmqh5GlXq9IM](https://www.google.co.id/search?q=logo+nutrifood&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=09Xmqh5GlXq9IM%253A%252Cy15BCkJKfXW0aM%252C_&usg=__9QksJxi_gQpBaSnyGWjU_kSAtkI%3D&sa=X&ved=0ahUKEwjH6rTRqdPXAhUWR48KHX9hBMMQ9QEILjAD#imgrc=09Xmqh5GlXq9IM): Diakses tanggal 22 November 2017 01.32.11 WIB.

Gambar.1.4.[https://www.google.co.id/search?q=tropicana+slim++versi+sore&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj94PC5mK\\_WAhUCbbwKHfqMAiEQ\\_AUICigB&biw=1024&bih=530#imgrc=95kqF0S4EmaKUM](https://www.google.co.id/search?q=tropicana+slim++versi+sore&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj94PC5mK_WAhUCbbwKHfqMAiEQ_AUICigB&biw=1024&bih=530#imgrc=95kqF0S4EmaKUM): Diakses tanggal 19 November 2017 11.25.01 WIB.

Gambar 1. 6. Sore dan Jonathan olahraga (Sumber : Iklan Sore-Istri dari masa depan)

Gambar 1. 7. Makanan Jonathan dan Makanan Sore (Sumber : Iklan Sore-Istri dari masa depan)

Gambar 1. 8. Sore membuang minuman beralkohol yang dimiliki Jonathan (Sumber : Iklan Sore-Istri dari masa depan)

Gambar 1. 9. Menuangkan produk Tropicana Slim Stevia (Sumber : Iklan Sore-Istri dari masa depan)

Gambar 1. 10. Sore menyarankan Jonathan untuk istirahat (Sumber : Iklan Sore-Istri dari masa depan)

Gambar 2.1 . Sore dan Jonathan bertemu dengan Karlos (Sumber : Iklan Sore-Istri dari masa depan)

Gambar 2. 2. Sore menunggu Jonathan (Sumber : Iklan Sore-Istri dari masa depan)

Gambar 2. 3. *Opening* iklan Sore- Istri dari masa depan (Sumber : Iklan Sore-Istri dari masa depan)

## TABEL

Tabel 1.1.10 iklan indonesia ini raih jumlah viewers tertinggi di youtube

(Sumber : Annisa Bella (2017). *10 iklan indonesia ini raih jumlah viewers tertinggi di youtube*, di akses dari *www.marketeers.com* 23 Agustus 2017 15.07.38 WIB ).

Tabel 1.2. Persepsi kesimpulan cerita iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan”.

Tabel 1.3. Persepsi tentang karakter dalam cerita iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan”.

Tabel 1.4. Persepsi hubungan cerita iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan” dengan produk Tropicana Slim.

Tabel 1.5. Persepsi alur cerita iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan”.

Tabel 1.6. Persepsi *Background* kota dalam cerita iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan”.

Tabel 1.7. Persepsi *soundtrack* iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan”.

Tabel 1.8. Persepsi pesan moral dalam cerita iklan *webseries* Tropicana Slim Stevia versi Sore-Istri dari masa depan”.

Tabel 1.9. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi.