

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	10
1.5.2 Kegunaan Praktisi	10
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	11
BAB II.....	13

KAJIAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Komunikasi Massa.....	13
2.1.2 Film.....	14
2.1.3 Unsur Pembentukan Film.....	16
2.1.4 Pesan.....	20
2.1.5 Pesan Moral.....	21
2.1.6 Pengertian dan Konsep Semiotika.....	23
2.1.7 Semiotika Charles Sanders Peirce.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Berpikir.....	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Subjek dan Objek penelitian.....	36
3.2.1 Subjek Penelitian.....	36
3.2.2 Objek Penelitian.....	38
3.3 Lokasi Penelitian.....	38
3.4 Unit Analisis.....	38
3.4.1 Pesan Moral Dalam It's Okay Not To Be Okay.....	38
3.5 Pengumpulan Data Penelitian.....	52
3.5.1 Observasi.....	52
3.5.2 Studi Pustaka.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	54
BAB IV.....	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56

4.1 Karakteristik dan Objek Penelitian	56
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	56
4.2.1 Unit 1 (Pesan Moral 1).....	56
4.2.2 Unit 2 (Pesan Moral 2).....	57
4.2.3 Unit 3 (Pesan Moral 3).....	59
4.2.4 Unit 4 (Pesan Moral 4).....	61
4.2.5 Unit 5 (Pesan Moral 5).....	62
4.2.6 Unit 6 (Pesan Moral 6).....	64
4.2.7 Unit 7 (Pesan Moral 7).....	65
4.2.8 Unit 8 (Pesan Moral 8).....	66
4.2.9 Unit 9 (Pesan Moral 9).....	68
4.2.10 Unit 10 (Pesan Moral 10).....	69
4.2.11 Unit 11 (Pesan Moral 11).....	70
4.2.12 Unit 12 (Pesan Moral 12).....	71
4.3 Pembahasan.....	73
BAB V.....	92
KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	96