

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Aspek Teoritis	8
1.4.2 Aspek Praktis	8
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	9
1.5.1 Waktu Penelitian	9
1.5.2 Lokasi Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Komunikasi Massa	11
2.1.2 Film	12
2.1.3 Semiotika	14
2.1.4 Semiotika Roland Barthes	16
2.1.5 Representasi	17
2.1.6 Konsumerisme	19
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	37

3.1 Metode Penelitian	37
3.1.1 Pendekatan Semiotika Roland Barthes	38
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	39
3.3.1 Subjek Penelitian	39
3.3.2 Objek Penelitian	40
3.3.3 Sinopsis Film <i>Fight Club</i>	41
3.4 Unit Analisis Penelitian	41
3.5 Metode Pengumpulan Data	50
3.5.1 Data Primer	51
3.5.2 Data Sekunder	51
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.7 Teknik Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Unit Analisis <i>Scene 1</i>	55
4.1.2 Unit Analisis <i>Scene 2</i>	60
4.1.3 Unit Analisis <i>Scene 3</i>	64
4.1.4 Unit Analisis <i>Scene 4</i>	68
4.1.5 Unit Analisis <i>Scene 5</i>	74
4.1.6 Unit Analisis <i>Scene 6</i>	79
4.1.7 Unit Analisis <i>Scene 7</i>	83
4.1.8 Unit Analisis <i>Scene 8</i>	88
4.1.9 Unit Analisis <i>Scene 9</i>	92
4.2 Pembahasan	96
BAB V PENUTUP	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	117