DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Rumusan Masalah 6

1.2.1. Pertanyaan Makro 6

1.2.2. Pertanyaan Mikro 6

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 7

1.3.2. Maksud Penelitian 7

1.3.3. Tujuan Penelitian 7

1.4. Kegunaan Penelitian 7

1.4.1 Kegunaan Teoritis 7

1.4.2 Kegunaan Praktis 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu 9

2.1.1. Penelitian Terdahulu Yang Relavan 9

2.2. Tinjauan Pustaka 12

2.2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi 12

2.2.1.1. Komunikasi Sebagai Ilmu 12

2.2.1.2. Pengertian Komunikasi 12

2.2.2. Pesan Verbal dan Nonverbal Dalam Komunikasi 15

2.2.2.1. Pesan Verbal 15

2.2.2.2. Pesan Nonverbal 15

2.2.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa 16

2.2.3.1. Karakteristik Komunikasi Massa 16

2.2.3.2. Fungsi Komunikasi Massa 17

2.2.3.3. Proses Komunikasi Massa 20

2.2.4. Tinjauan Tentang Film 20

2.2.4.1. Pengertian Film 20

2.2.4.2. Jenis-jenis Film 21

2.2.4.3. *Production House* 23

2.2.4.4. Tata Bahasa Film 25

2.2.4.5 Film Sebagai Media Massa 36

2.2.5 Semiotika 37

2.2.6 Kerangka Pemikiran 39

2.2.6.1 Semiologi Roland Barthes 45

2.2.7. Makna Denotatif dan Konotatif.....47

2.2.8. Kajian Hedonisme.....49

2.2.9. Representasi.....50

2.2.10. Media dan Konstruksi Realitas.....51

BAB III METODE PENELITIAN

3.2 Metode Penelitian.....55

3.2.1 Desain Penelitian.....55

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....59

3.2.3 Teknik Analisis Data.....61

3.2.4 Uji Keabsahan Data.....64

3.2.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....65

3.2.5.1 Lokasi Penelitian.....65

3.2.5.2 Waktu Penelitian.....65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian.....67

4.1.1 Film *Confession Of A Shopaholic*.....67

4.1.2 Sinopsis Film *Confession Of A Shopaholic*.....68

4.1.3 *Scene* Film *Confession Of A Shopaholic*.....70

4.2 Hasil Penelitian.....74

4.2.1. Analisis Denotatif, Konotatif, dan Mitos Representasi Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic*.....74

4.2.1.1. Analisis Denotatif Adegan Representasi Hedonisme pada Film *Confessions Of A Shopaholic*.....75

4.2.1.2 Analisis Konotatif Adegan Representasi Hedonisme pada Film *Confessions Of A Shopaholic*.....89

4.2.1.3 Analisis Mitos Adegan Hedonisme pada Film *Confessions Of A Shopaholic*.....106

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1. Analisis Adegan Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic*.....121

4.3.2. Analisis Mitos/Ideologi.....127

4.3.2.1.Indentifikasi Mitos/Ideologi Adegan Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic*.....127

4.3.3. Representasi Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic* 130

4.3.3.1. Hedonisme yang bersifat berbahaya 130

4.3.3.2. Hedonisme yang bersifat mencegah.....132

4.4 Makna Pesan Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic*.....133

4.4.1. Larangan melakukan tindakan pemborosan.....133

4.4.2. Rasa Iri 134

4.4.3. Jauhkanlah godaan yang sekiranya merugikan 134

4.4.4. Merubah pola hidup dan menjual barang pribadi.....135

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 136

5.2. Saran.....139

5.2.1. Saran Akademis.....139

5.2.2. Saran Penonton (*Audiens)* 139

5.2.3. Saran Praktisi Film 140

DAFTAR PUSTAKA 141

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP