DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN..... i

SURAT PERNYATAAN..... ii

LEMBAR PERSEMBAHAN..... iii

ABSTRAK..... iv

ABSTRACT..... v

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL..... xii

DAFTAR GAMBAR..... xiii

DAFTAR LAMPIRAN..... xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah..... 8

1.2.1 Pertanyaan Makro..... 8

1.2.2 Pertanyaan Mikro..... 9

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 9

1.3.1 Maksud Penelitian..... 9

1.3.2 Tujuan Penelititan..... 9

1.4 Kegunaan Penelitian..... 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis..... 10

1.4.2 Kegunaan Praktis..... 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi..... 13

2.1.1 Pengertian Komunikasi 13
2.1.2 Komponen-Komponen Komunikasi 16
2.1.3 Tujuan Komunikasi 21
2.1.4 Lingkup Komunikasi 21
2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa 25
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa 25
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa 26
2.2.3 Ciri-Ciri Komunikasi Massa 28
2.2.4 Lirik Lagu 29
2.2.5 Lirik Sebagai Bentuk Pesan Komunikasi 31
2.3 Tinjauan Tentang Semiotika 33
2.3.1 Pengertian Tentang Semiotika 33
2.3.2 Semiotika Charles Pierce 36
2.4 Tinjauan Tentang Representasi 40
2.5 Tinjauan Tentang Konsumerisme 42
2.6 Kerangka Pemikiran 48
2.6.1 Kerangka Teoritis 48
2.6.2 Kerangka Konseptual 50

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 53
3.1.1 Profil Efek Rumah Kaca 53
3.1.2 Lirik Lagu Belanja Terus Sampai Mati 55
3.1.3 Karya-Karya Efek Rumah Kaca 56
3.2 Metode Penelitian 66
3.2.1 Desain Penelitian 66
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 68
3.2.3 Teknik Analisa Data 70
3.2.4 Lokasi dan Waktu Penelitian 71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Representamen Konsumerisme dalam lirik lagu Belanja Terus Sampai Mati 75

4.2 Objek Konsumerisme dalam lirik lagu Belanja Terus Sampai Mati.. 77

4.3 Interpretan Konsumerisme dalam lirik lagu Belanja Terus Sampai Mati 78

4.4 Representasi Konsumerisme dalam lirik lagu Belanja Terus Sampai Mati 83

4.5 Pembahasan 85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 102

5.2 Saran 104

5.2.1 Saran Bagi Universitas..... 104

5.2.2 Saran Bagi Masyarakat..... 106

5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 106

DAFTAR PUSTAKA..... 108

LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 111

DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... 122

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1 **Analisis Klasifikasi Representamen C.S Pierce** ……... 77

Tabel 4.2 **Analisis Klasifiasi Objek C.S Pierce** …….. 78

Tabel 4.3 **Analisis Klasifikasi Interpretant C.S Pierce** ……. 79

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Triadik Pierce……..…..... 40

Gambar 2.2 Model Triadic Pierce..... 49

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran..... 55

Gambar 3.1 Efek Rumah Kaca..... 56

Gambar 3.2 Cover Album Pertama Efek Rumah Kaca..... 59

Gambar 3.3 Cover Album Kedua Efek Rumah Kaca..... 64

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Surat Penugasan Pembimbing……...…..... 111

Lampiran 2 Surat Berita Acara Bimbingan..... 112

Lampiran 3 Surat Rekomendasi Usulan Penelitian..... 113

Lampiran 4 Surat Revisi Usulan Penelitian..... 114

Lampiran 5 Surat Rekomendasi Sidang Sarjana..... 115

Lampiran 6 Lembar Revisi Skripsi.......... 116

Lampiran 7 Lirik Lagu Belanja Terus Sampai Mati..... 117

Lampiran 8 Foto-Foto Efek Rumah Kaca..... 118