DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN..... i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK..... iv

***ABSTRACT*..... v**

KATA PENGANTAR… ..... … vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR BAGAN xv

BAB IPENDAHULUAN. 1

1.1 Latar Belakang Masalah... 1

1.2 Rumusan Masalah..... ..... .11

1.2.1 Pertanyaan Makro.. 11

1.2.2 Pertanyaan Mikro 11

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian... 11

1.3.1 Maksud Penelitian.... 11

1.3.2 Tujuan Penelitian.. ..... .12

1.4. Kegunaan Penelitian..... 12

1.4.1 Kegunaan Teoritis..... 12

1.4.2 Kegunaan Praktis..... 13

BAB IITINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.. 14

2.1. Tinjauan Pustaka 14

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.... 15
2.1.2 Tinjauan Komunikasi 17
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi 19
2.1.2.2 Proses Komunikasi 21
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa 24
2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Massa..... 24
2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa 26
2.1.4 Tinjauan Tentang Film 30
2.1.4.1 Pengertian Film.... ..... .31
2.1.4.2 Jenis-Jenis Film 32
2.1.4.3 Film Sebagai Proses Komunikasi .... .34
2.1.4.4 Film Sebagai Media Komunikasi Massa .... .36
2.1.4.5 Film Dalam Perspektif Kritis..... 39
2.1.5 Tinjauan Tentang Semiotika 41
2.1.6 Tinjauan Representasi 43
2.1.7 Tinjauan Mengenai Twitter ..... .44
2.2. Kerangka Pemikiran.... 45
2.2.1 Hegemoni .... .45
2.2.1.1 Sejarah Hegemoni.. 47
2.2.1.2 Konsep Hegemoni 48
2.2.1.3 Praksis Hegemoni.... 51
2.2.2 Model Alur Kerangka Pemikiran ... .54
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... 55
3.1 Objek Penelitian..... 55
3.1.1 Sinopsis Film..... ..... .55

3.1.2 Tim Produksi dan Kru.... .58
3.1.3 Sutradara Film Republik Twitter..... 59
3.1.4 Subjek Penelitian..... ...60
3.2 Metode Penelitian..... ..63
3.2.1 Desain Penelitian.... ..64
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data..... 76
3.2.2.1 Studi Pustaka..... 76
3.2.2.2. Studi Lapangan 77
3.2.3 Teknik Penentuan Informan..... .77
3.2.4 Teknik Analisa Data..... .. 79
3.2.4.1 Uji Keabsahan Data..... .80
3.2.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.... .85
3.2.5.1 Lokasi Penelitian... ..85
3.2.5.2 Waktu Penelitian... .85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 87
4.1 Profil Informan 88
4.2 Hasil Penelitian 89
4.2.1 Level Realitas..... 89
4.2.2 Level Representasi 93
4.3 Pembahasan 97
4.3.1 Sequence Prolog..... 98
4.3.1.1 Level Realitas 100
4.3.1.2 Level Representasi 105
4.3.1.3 Level Ideologi Pada *Sequence* Prolog 111
4.3.2 *Sequence Ideological Content* 112

4.3.2.1 Level Realitas 113

4.3.2.2 Level Representasi 117

4.3.2.3 Level Ideologi Pada *Sequence Ideological Cotent* 122

4.3.3 *Sequence* Epilog 123

4.3.3.1 Level Realitas 124

4.3.3.2 Level Representasi 124

4.3.3.3 Level Ideologi Pada *Sequence* Epilog 127

4.4 Representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Pada Film Republik Twitter 124

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 135

5.1 Simpulan 135

5.2 Saran 137

5.2.1 Saran Bagi Universitas 137

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya 138

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABLE

Tabel 2.1 penelitian terdahulu 14

Tabel 3.1 *Sequence* film Republik Twitter..... ..61

Tabel 3.2 Tabel Proses Representasi Fiske.. 66

Tabel 3.3 Data Informan Penelitian 78

Tabel 3.4Waktu Penelitian 86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Interaksi antara Kata-kata, Simbol, dan Gambar dalammenyampaikan pesan..... .35

Gambar 3.1 Poster Film Republik Twitter.. 55

Gambar 4.1 *Sequence* Prolog 98

Gambar 4.2 *Sequence Ideological Content* 112

Gambar 4.3*Sequence* Epilog 124

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 54

Bagan 3.1 *The Codes of Television* John Fiske..... 68