

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Tahapan Penelitian.....	9
1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 <i>New Media</i>	12
2.1.2 Periklanan	16
2.1.3 Realitas Sosial.....	17
2.1.3 Hiperrealitas.....	18
2.1.4 Budaya	21
2.1.5 Komunikasi Non Verbal	23
2.1.6 Semiotika	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III	42
METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Objek Penelitian.....	44
3.4 Unit Analisis Penelitian	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	50

3.7 Keabsahan Data	51
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Analisis <i>Scene</i>	54
4.2 Pembahasan.....	81
4.2.1 Realitas Budaya Lebaran di Indonesia dalam Iklan Ramayana versi #KerenLahirBatin	82
4.2.2 Analisis <i>Hyperreality</i> Jean Baudrillard dalam iklan Ramayana versi #KerenLahirBatin	92
4.2.3 Struktur Hasil Analisis	97
BAB V	98
KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102