

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	xxiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Konteks Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian Dan Pertanyaan Penelitian .....	9
1.2.1 Fokus Penelitian .....	9
1.2.2 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.5 Setting Penelitian .....	11
1.6 Kerangka Pemikiran .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	18
2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis .....	18
2.1.1 Pembahasan Review Hasil Penelitian Sejenis .....	21

2.2 Tinjauan Teoritis .....	27
2.2.1 Komunikasi.....	27
2.2.1.1 Definisi Komunikasi .....	27
2.2.1.2 Komponen Komunikasi .....	29
2.2.2 Public Relations.....	30
2.2.2.1 Definisi Public Relations.....	30
2.2.2.2 Persyaratan Seorang Public Relations.....	32
2.2.3 Komunikasi Massa .....	35
2.2.3.1 Definisi Komunikasi Massa .....	35
2.2.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa .....	37
2.2.3.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	40
2.2.4 Film.....	41
2.2.4.1 Sejarah Film .....	41
2.2.4.2 Perfilman Di Indonesia .....	44
2.2.4.3 Definisi Film .....	46
2.2.4.4 Karakteristik Film .....	48
2.2.4.5 Jenis-Jenis Film.....	50
2.2.5 Representasi.....	53
2.2.6 Semiotika .....	54
2.2.7 Teori Dan Model Semiotika John Fiske .....	67
2.2.7.1 Profil John Fiske .....	67
2.2.7.2 Semiotika John Fiske .....	68
2.2.8 Public Relations, Semiotika Dan Pola Komunikasi Masa Kini.....	72
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>76</b>
3.1 Metodologi Penelitian .....	76

3.1.1 Paradigma Penelitian Subjektif .....	76
3.1.1.1 Tradisi Teori Komunikasi .....	80
3.1.1.1.1 Tradisi Semiotik .....	81
3.1.1.1.2 Variasi Dalam Tradisi Semiotik .....	82
3.1.1.1.2.1 Semantik .....	82
3.1.1.1.2.2 Sintaktik .....	83
3.1.1.1.2.3 Pragmatik .....	84
3.1.2 Jenis Penelitian Kualitatif .....	85
3.1.3 Metode Penelitian Semiotika .....	89
3.2 Objek, Wilayah Dan Sumber Data Penelitian .....	89
3.2.1 Objek Penelitian : Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	89
3.2.1.1 Data Film .....	96
3.2.1.2 Sinopsis .....	97
3.2.2 Wilayah Penelitian .....	101
3.2.3 Sumber Data Penelitian .....	102
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	104
3.3.1 Observasi .....	104
3.3.2 Dokumenter .....	106
3.3.3 Penelusuran Data Online .....	106
3.3.4 Studi Kepustakaan .....	107
3.4 Teknik Analisis Data .....	107
3.5 Unit Analisis .....	119
3.5.1 Pembagian <i>Sequence</i> .....	123
3.5.1.1 <i>Sequence prolog</i> .....	123
3.5.1.1.1 <i>Preparation</i> .....	123

3.5.1.1.2 <i>Complication</i> .....	124
3.5.1.2 <i>Sequence ideological content</i> .....	124
3.5.1.2.1 <i>Transference</i> .....	124
3.5.1.2.2 <i>Struggle</i> .....	124
3.5.1.3 <i>Sequence epilog</i> .....	125
3.5.1.3.1 <i>Return</i> .....	125
3.5.1.3.2 <i>Recognition</i> .....	125
3.6 Uji Keabsahan Data.....	125
3.6.1 Meningkatkan Ketekunan.....	127
3.6.2 Triangulasi .....	127
3.6.2.1 Triangulasi Peneliti .....	129
3.6.2.2 Triangulasi Teknik .....	131
3.6.2.3 Triangulasi Teknik Sumber.....	132
3.6.2.4 Triangulasi Waktu.....	135
3.6.2.5 Triangulasi Teori.....	137
3.6.3 Analisis Kasus Negatif .....	139
3.6.4 Menggunakan Bahan Referensi.....	139
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN</b> .....	140
4.1 Hasil Penelitian.....	140
4.1.1 <i>Sequence prolog</i> .....	140
4.1.1.1 Level Realitas.....	141
4.1.1.1.1 <i>Preparation</i> .....	141
4.1.1.1.2 <i>Complication</i> .....	143
4.1.1.2 Level Representasi .....	143
4.1.1.2.1 <i>Preparation</i> .....	143

4.1.1.2.2 <i>Complication</i> .....	147
4.1.1.3 Level Ideologi .....	148
4.1.2 <i>Sequence</i> Ideological Content.....	148
4.1.2.1 Level Realitas.....	150
4.1.2.1.1 <i>Transference</i> .....	150
4.1.2.1.2 <i>Struggle</i> .....	150
4.1.2.2 Level Representasi .....	151
4.1.2.2.1 <i>Transference</i> .....	151
4.1.2.2.2 <i>Struggle</i> .....	152
4.1.2.3 Level Ideologi .....	154
4.1.3 <i>Sequence epilog</i> .....	155
4.1.3.1 Level Realitas.....	156
4.1.3.1.1 <i>Return</i> .....	156
4.1.3.1.2 <i>Recognition</i> .....	156
4.1.3.2 Level Representasi .....	157
4.1.3.2.1 <i>Return</i> .....	157
4.1.3.2.2 <i>Recognition</i> .....	158
4.1.3.3 Level Ideologi .....	159
4.2 Pembahasan Penelitian .....	159
4.2.1 Level Realitas .....	177
4.2.2 Level Representasi.....	189
4.2.3 Level Ideologi.....	206
4.2.3.1 Ideologi Kapitalisme .....	213
4.2.3.2 Ideologi Hedonisme .....	220
4.2.3.3 Ideologi Patriarki.....	225

4.2.3.4 Ideologi Feminisme.....	233
4.2.3.5 Ideologi Maskulinitas.....	240
4.2.3.6 Ideologi Dominan.....	243
4.2.4 Pola Komunikasi Masa Kini.....	247
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>277</b>
5.1 Simpulan.....	277
5.2 Saran.....	279
5.2.1 Saran Akademis.....	279
5.2.2 Saran Praktis.....	280
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>281</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>285</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>306</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis .....	19
Tabel 3.1 <i>Sequence prolog</i> : <i>Bagian Preparation</i> .....	123
Tabel 3.2 <i>Sequence prolog</i> : <i>Bagian Complication</i> .....	124
Tabel 3.3 <i>Sequence ideological content</i> : <i>Bagian Transference</i> .....	124
Tabel 3.4 <i>Sequence ideological content</i> : <i>Bagian Struggle</i> .....	124
Tabel 3.5 <i>Sequence epilog</i> : <i>Bagian Return</i> .....	125
Tabel 3.6 <i>Sequence epilog</i> : <i>Bagian Recognition</i> .....	125
Tabel 4.1 <i>Sequence prolog</i> .....	140
Tabel 4.2 Level Realitas : <i>Bagian Preparation</i> .....	141
Tabel 4.3 Level Realitas : <i>Bagian Complication</i> .....	143
Tabel 4.4 Level Representasi : <i>Bagian Preparation (Scene 1)</i> .....	143
Tabel 4.5 Level Representasi : <i>Bagian Preparation (Scene 2)</i> .....	144
Tabel 4.6 Level Representasi : <i>Bagian Preparation (Scene 3)</i> .....	145
Tabel 4.7 Level Representasi : <i>Bagian Preparation (Scene 4)</i> .....	145
Tabel 4.8 Level Representasi : <i>Bagian Preparation (Scene 5)</i> .....	146
Tabel 4.9 Level Representasi : <i>Bagian Preparation (Scene 6)</i> .....	146
Tabel 4.10 Level Representasi : <i>Bagian Complication (Scene 1)</i> .....	147
Tabel 4.11 <i>Sequence ideological content</i> .....	148
Tabel 4.12 Level Realitas : <i>Bagian Transference</i> .....	150
Tabel 4.13 Level Realitas : <i>Bagian Struggle</i> .....	150
Tabel 4.14 Level Representasi : <i>Bagian Transference (Scene 1)</i> .....	151
Tabel 4.15 Level Representasi : <i>Bagian Struggle (Scene 1)</i> .....	152

Tabel 4.16 Level Representasi : Bagian <i>Struggle</i> (Scene 2).....	153
Tabel 4.17 Level Representasi : Bagian <i>Struggle</i> (Scene 3).....	153
Tabel 4.18 Level Representasi : Bagian <i>Struggle</i> (Scene 4).....	154
Tabel 4.19 <i>Sequence epilog</i> .....	155
Tabel 4.20 Level Realitas : Bagian <i>Return</i> .....	156
Tabel 4.21 Level Realitas : Bagian <i>Recognition</i> .....	156
Tabel 4.22 Level Representasi : Bagian <i>Return</i> (Scene 1).....	157
Tabel 4.23 Level Representasi : Bagian <i>Recognition</i> (Scene 1) .....	158
Tabel 4.24 Matriks Pembahasan Penelitian .....	159





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Blast Message</i> “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Dari Line Indonesia Di iPhone 4S .....	91
Gambar 3.2 Konferensi Pers “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	94
Gambar 3.3 Galuh Chandrakirana Dan Tim Line Indonesia .....	95
Gambar 3.4 Title Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	96
Gambar 4.1 Tampilan Aplikasi <i>Instan messaging</i> Line Di iPhone 4S .....	167
Gambar 4.2 Tampilan Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di Youtube Pada Komputer OS Windows 8 .....	176
Gambar 4.3 Penampilan Para Tokoh Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	179
Gambar 4.4 Ekspresi Kekagetan Cinta Beserta Sahabatnya Pada Pesan <i>Instan messaging</i> Rangga.....	181
Gambar 4.5 Penampilan Cinta Dan Sahabat Terlihat Modis Meskipun Sekedar Berkumpul Santai Di Rumah .....	186
Gambar 4.6 Ekspresi Kebimbangan Rangga Dan Cinta Pada Situasi Yang Sedang Dihadapinya .....	188
Gambar 4.7 Beberapa <i>Shot</i> Awal Film Untuk Pengenalan Situasi .....	190
Gambar 4.8 Pesan <i>Bussines Trip</i> Menuju Jakarta Yang Membuat Rangga Kaget .....	192
Gambar 4.9 Keadaan Cinta Saat Ini Sebagai Wanita Karir .....	194
Gambar 4.10 Kebimbangan Yang Dialami Rangga Dan Cinta Setelah Sekian Lama Tak Berkomunikasi.....	195
Gambar 4.11 Perbedaan Ekspresi Yang Mencolok Antara Cinta Dan Sahabat-Sahabatnya .....	198

Gambar 4.12 Tulisan “ <i>Final</i> ” Pada Sebuah Papan Menandakan Sebuah Keputusan Yang Harus Diambil .....	199
Gambar 4.13 Rangka Termenung Lesu Di Bandara .....	201
Gambar 4.14 Dari Belakang Cinta Memanggil Rangka .....	204
Gambar 4.15 Koleksi Jam Tangan Milik Rangka .....	213
Gambar 4.16 Rangka Membuat Kopi Menggunakan <i>Coffe Maker</i> .....	215
Gambar 4.17 Rangka Mengenakan Busana Yang Sempel Namun Tetap <i>Fashionable</i> .....	218
Gambar 4.18 Rangka Beserta Teman-Teman Meminum Beer Di Sebuah Bar ...	221
Gambar 4.19 Carmen, Milly, Alya Dan Maura Sedang Menikmati Hidangan Di Sebuah Cafe .....	223
Gambar 4.20 Maura Yang Terlihat Sexy Mengenakan Dress .....	226
Gambar 4.21 Pesan Instan Rangka Untuk Cinta.....	227
Gambar 4.22 Cinta Yang Curhat Dirinya Belum Membalas Pesan Rangka.....	228
Gambar 4.23 Cinta Sedang <i>Selfie</i> Untuk Dikirimkan Kepada Rangka.....	229
Gambar 4.24 Cinta Terlihat Sangat Cantik Saat Menemui Rangka Di Bandara .....	230
Gambar 4.25 Cinta Sedang <i>Meeting</i> Dengan Rekan Kerjanya, Pria Maupun Wanita .....	234
Gambar 4.26 Cinta, Carmen, Milly Dan Alya Terlihat Menggunakan Celana Panjang.....	236
Gambar 4.27 Teman Wanita Rangka Yang Ikut Berkumpul Meminum Beer.....	238
Gambar 4.28 Permohonan Rangka Melalui <i>Instan messaging</i> Untuk Bertemu Dengan Cinta.....	240
Gambar 4.29 Rangka Mengetikkan Kata Maaf Melalui <i>Instan messaging</i> Untuk Cinta Sebelum Kepulangannya Di Bandara.....	242
Gambar 4.30 Pesan Dari Rekan Rangka, Emily Yang Menugaskannya Menuju Bangkok, Seoul Dan Jakarta .....	249

Gambar 4.31 Melalui Fitur <i>Find Alumni</i> Rangga Dapat Menemukan Cinta Setelah 12 Tahun Lamanya Tak Berinteraksi .....	250
Gambar 4.32 Pesan Instan Alya Mengingatkan Cinta Untuk Berkumpul .....	251
Gambar 4.33 Pesan Yang Dikirimkan Rangga Dari New York, Kepada Cinta Yang Berada Di Jakarta .....	253
Gambar 4.34 Cinta Yang Terlihat Ragu-Ragu Saat Mengetikkan Pesan Balasan Untuk Rangga.....	254
Gambar 4.35 Status Pesan Instan Rangga Yang Hany Di “Read” Oleh Cinta ...	256
Gambar 4.36 Kegelisahan Yang Tampak Pada Keduanya Hingga Mengganggu Rutinitas Mereka.....	260
Gambar 4.37 Cinta Bercerita Dirinya Yang Belum Juga Membalas Pesan Rangga .....	263
Gambar 4.38 Cinta Yang Menghapus Pesan Rangga Di <i>Smartphone</i> -nya.....	266
Gambar 4.39 Cinta Yang Pada Akhirnya Mau Menemui Rangga Secara Langsung .....	268
Gambar 4.40 Cinta Dan Rangga Sedang Berkomunikasi Dengan Menggunakan Fitur-Fitur Yang Terdapat Dalam Aplikasi <i>Instan messaging</i> Line.....	270
Gambar 4.41 <i>Sticker</i> Lucu Bergambar Kelinci Betina Bernama Cony Yang Cinta Kirimkan Untuk Rangga .....	275

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Diagram 2.1 Elemen-Elemen Makna Dari Pierce.....	57
Diagram 2.2 Elemen-Elemen Makna Dari Ognen Dan Richards .....	59
Diagram 2.3 Elemen-Elemen Makna Dari Saussure.....	61
Diagram 2.4 Peta Tanda Roland Barthes .....	62
Diagram 2.5 Tentang Signifikansi Dan Mitos .....	63
Diagram 3.1 Tahapan Penyelidikan .....	76
Diagram 3.2 Komponen Dalam Analisis Data ( <i>Interactive Model</i> ) .....	108
Diagram 3.3 Ilustrasi Reduksi Data, Display Data Dan Verifikasi.....	110
Diagram 3.4 Cakupan <i>Shot</i> , <i>Scene</i> Dan <i>Sequence</i> .....	119
Diagram 4.1 Komponen-Komponen Yang Terdapat Dalam Sebuah Proses Komunikasi .....	264

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tampilan Aplikasi <i>Instan messaging</i> Line Di iPhone 4S.....	285
Lampiran 2 Promo Fitur <i>Find alumni</i> .....	285
Lampiran 3 Fitur <i>Find alumni</i> Di iPhone 4S .....	385
Lampiran 4 Tutorial Fitur <i>Find alumni</i> Line .....	286
Lampiran 5 Promo Cerita Para Pengguna Fitur <i>Find alumni</i> .....	286
Lampiran 6 Mengenai Reuni “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di Account Instagram Dian Sastro .....	287
Lampiran 7 Twit Promo Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Oleh Para Crew .....	287
Lampiran 8 Konferensi Pers “Ada Apa Dengan Cinta? 2014”.....	288
Lampiran 9 <i>Blast message</i> Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Dari Line Indonesia Di iPhone 4S.....	288
Lampiran 10 Iklan “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Love Version .....	288
Lampiran 11 Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di Youtube Di iPhone 4S.....	289
Lampiran 12 Tampilan Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di Youtube Pada Komputer OS Windows 8 .....	289
Lampiran 13 Galuh Chandrakirana Dan Tim Line Indonesia.....	289
Lampiran 14 Balasan E-Mail Line Indonesia .....	290
Lampiran 15 Artikel Tim Line Indonesia .....	291
Lampiran 16 Artikel Galuh Chandra Team Leader Marketing Line Indonesia...292	
Lampiran 17 Cinta Dan Rangka Sedang Berkomunikasi Dengan Menggunakan Fitur-Fitur Yang Terdapat Dalam Aplikasi <i>Instan messaging</i> Line.....	293
Lampiran 18 Majalah Femina Edisi 51 (27 Desember 2014 - 2 Januari 2015)...293	
Lampiran 19 Majalah SWA No.02/XXXI/22 Januari - 4 Februari 2015.....	293
Lampiran 20 Majalah Marketing Maret 2015 .....	294
Lampiran 21 Majalah Marketing April 2015 .....	294
Lampiran 22 Majalah Tempo Edisi 17-24 November 2014 .....	294
Lampiran 23 Majalah Dewi Februari 2015 .....	295

Lampiran 24 Promo “AADC 2002” Dan “AADC 2014” Di Kompas TV Di iPhone 4S .....	295
Lampiran 25 Iklan Viral “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	295
Lampiran 26 Gambar <i>Behind the scene</i> “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	296
Lampiran 27 Liputan Tentang Dian Sastro Berharap Sekuel “Ada Apa Dengan Cinta?” Di Program E-News NET TV .....	297
Lampiran 28 Liputan Tentang Pernyataan Mira Lesmana Yang Akan Melanjutkan Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di Program E-News NET TV .....	297
Lampiran 29 Liputan Tentang Film “Ada Apa Dengan Cinta?” Akan Dilanjutkan Di Program E-News NET TV .....	298
Lampiran 30 Liputan Tentang Testimoni Bella Untuk Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di Program E-News NET TV .....	298
Lampiran 31 Liputan Tentang Respon Para Pemain Untuk Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di Program Newstar Kompas TV .....	299
Lampiran 32 Meme “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	299
Lampiran 33 Quiz “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di iPhone 4S .....	300
Lampiran 34 Kompetisi Meme Line “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	300
Lampiran 35 Promo Sticker “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	300
Lampiran 36 Promo Sticker “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di iPhone 4S .....	301
Lampiran 37 Sticker “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” Di iPhone 4S .....	301
Lampiran 38 Sticker “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	301
Lampiran 39 <i>Behind the scene</i> Sticker “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	302
Lampiran 40 Sticker “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	303
Lampiran 41 Logo “Ada Apa Dengan Cinta? 2” Di Account Instagram Mira Lesmana .....	303
Lampiran 42 File Presentasi Representasi Pola Komunikasi Masa Kini Dalam Film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” .....	304