

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teori.....	36
2.2.1 Teori Komunikasi Politik.....	36

2.2.2. Teori <i>Visual Communication</i>	43
2.2.3. Teori Media Baru <i>Vlog</i> dan Karakteristiknya.....	59
2.2.4. Teori Semiotika Charles S. Peirce.....	65
2.2.5. Teori Derrida.....	74
2.3. Kerangka Pemikiran.....	80

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	81
3.2 Paradigma	81
3.3 Metode Penelitian	83
3.4 Unit Analisis	84
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	85
3.5.1 Data Primer	85
3.5.2 Data Sekunder.....	85
3.6. Teknik Analisis Data.....	85
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	87

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	90
4.2 Hasil Penelitian	91
4.2.1 Deskripsi tanda <i>Representment</i> yang terdapat dalam <i>Vlog</i>	91
4.2.2 Deskripsi tanda Objek yang terdapat dalam <i>Vlog</i>	107
4.2.3 Deskripsi tanda <i>Interpretan</i> yang terdapat dalam <i>Vlog</i>	131

4.3. Pembahasan.....	148
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	156
5.2 Saran	157
5.1.1. Saran Akademis	157
5.1.2. Saran Praktis	157
DAFTAR PUSTAKA	159
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	162

