

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>COVER</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Fokus Penelitian.....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1    Penelitian Terdahulu.....	8
2.2    Komunikasi.....	13
2.3    Komunikasi Massa.....	14
2.3.1    Karakteristik Komunikasi Massa.....	15
2.4    Public Relations.....	16
2.5    Media Komunikasi Public Relations.....	17
2.6    Media Massa.....	19
2.7    Definisi Film.....	20
2.6.1    Sejarah Film.....	21
2.6.2    Jenis-jenis Film.....	23
2.8    Pengertian Semiotika.....	25
2.9    Teori Semiotika Charles Sanders Pierce.....	26

2.10	Kode Etik Profesi Public Relations (IPRA).....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>33</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	33
3.2	Metode Penelitian.....	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4	Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>37</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
4.1.1	Filmografi “Thank You for Smoking”.....	37
4.1.2	Penokohan dalam “Thank You for Smoking”.....	38
4.1.3	Sinopsis Film “Thank You for Smoking”.....	40
4.2	Hasil Penelitian.....	43
4.2.1	Film “Thank You for Smoking”.....	43
4.2.2	Representasi Kode Etik Public Relation dalam Film “Thank You for Smoking”.....	45
4.3	Pembahasan.....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>62</b>
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	63
5.2.1	Saran Akademis.....	63
5.2.2	Saran Praktis.....	64
5.2.3	Saran Sosial.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>66</b>