

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	12
1.3. Tujuan penelitian.....	13
1.4. Manfaat penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat akademis.....	13
1.4.2. Manfaat praktis.....	13
1.5. Kerangka teori.....	14
1.5.1. Teori Semiotika.....	14
BAB II.....	18
2.1. Perkembangan iklan rokok di Indonesia.....	18
2.2. Budaya Kolektivitas.....	24
2.3. Deskripsi Objek penelitian (Iklan Rokok Special Baru Versi Diobong Ora Kobong, Disiram Ora Teles).....	28
2.4. Penelitian terdahulu.....	30
BAB III.....	33
3.1. Jenis penelitian.....	33
3.2. Sumber data.....	33

3.2.1 Data primer.....	33
3.2.2 Data sekunder.....	34
3.3. Teknik pengumpulan data.....	34
3.3.1. Analisis Teks.....	34
3.3.2. Dokumentasi.....	34
3.3.3. Studi Pustaka.....	35
3.4. Teknik analisis data.....	35
3.5. Uji Keabsahan Data.....	36
BAB IV.....	40
4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1. Analisis adegan perahu “Bapak” rusak.....	42
4.1.2. Analisis adegan “Slamet” dan “Kasman” di bengkel.....	44
4.1.3. Analisis pada adegan “Slamet” dan “Kasman”, membeli bensin eceran.....	47
4.1.4. Analisis pada adegan “Warga yang sedang melakukan pijat tradisional”.....	49
4.1.5. Analisis adegan tokoh “Kasman” menggerakkan warga untuk membantu “Slamet” dalam membantu ayahnya.....	51
4.1.6. Analisis adegan “Ibu Penjual Sayuran” memberi tumpangan kepada “Slamet” akibat motornya yang mogok di tengah jalan.....	54
4.1.7. Analisis adegan “Ibu Penjual Sayur” dan “Slamet” melintas di tengah-tengah “Ibu-ibu senam”.....	56
4.1.8. Analisis adegan “Ibu Penjual Sayur” dan “Slamet” melintas di acara pernikahan warga.....	58
4.1.9. Analisis adegan “Slamet” meminjam perahu untuk menyelamatkan “Bapak”.....	
4.1.10. Analisis adegan seluruh warga kumpul bersama saling bercengkerama.....	63
4.2. Pembahasan.....	65
4.2.1. Adegan tokoh “Bapak” terjebak di atas perahu.....	65
4.2.2. Adegan Slamet dan Kasman di bengkel.....	66
4.2.3. Adegan Slamet dan Kasman di warung kelontong.....	68
4.2.4. Adegan “tukang pijat” memberikan koin.....	69

4.2.5. Adegan tokoh “Kasman” menggerakkan warga untuk membantu “Slamet” dalam membantu ayahnya.....	70
4.2.6. Adegan “Ibu Penjual Sayuran” memberi tumpangan kepada “Slamet”.....	71
4.2.7. Adegan “Ibu Penjual Sayur” dan “Slamet” melintas di tengah-tengah “Ibu-ibu senam”.....	72
4.2.8. Adegan “Ibu Penjual Sayur” dan “Slamet” melintas di acara pernikahan warga.....	73
4.2.9. Adegan “Slamet” meminjam perahu untuk menolong ayahnya.....	75
4.2.10. Adegan seluruh warga berkumpul bersama saling bercengkerama.....	77
4.2.11. Pembahasan Inti Keseluruhan Adegan.....	78
4.3. Penguatan makna dalam iklan rokok Sukun Special Baru versi “Diobong Ora Kobong, Disiram Ora Teles”.....	80
BAB V.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
5.3 Keterbatasan penelitian.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Deskripsi Adegan pertama “Bengkel dan Perahu rusak”	41
Table 4.2 Deskripsi Adegan Kedua “Mengisi bahan bakar eceran”	46
Table 4.3 Deskripsi Adegan Ketiga “Kasman mengkoordinasi warga”	50
Table 4.4 Deskripsi Adegan Keempat “Ibu penjual sayur yang memberi tumpangan”	54
Table 4.5 Deskripsi Adegan Kelima “Ibu-ibu senam”	56
Table 4.6 Deskripsi Adegan Keenam “Bantuan dari Pak RT dan warga hajatan” ..	58
Table 4.7 Deskripsi Adegan Ketujuh “Slamet meminjam perahu”	61
Table 4.8 Deskripsi Adegan Kedelapan “Seluruh warga berkumpul bercengkerama”	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Iklan Rokok Dieng di Madjalah Mesir, 1955.....	19
Gambar 2.2 Selebaran Rokok Bond Street.....	20
Gambar 2.3 Iklan Rokok Commodore 1970-an.....	21
Gambar 4.1 Wawancara Dimas Djayadiningrat dalam behind the scenes iklan Sukun Special Baru versi Beda Masa Satu Rasa.....	84
Gambar 4.2 Wawancara Kiki Dj dan Armnima Wartono dalam behind the scenes iklan Sukun Special Baru versi Beda Masa Satu Rasa.....	86
Gambar 4.3 Perbandingan suasana ramadhan sebelum dan saat pandemi dalam iklan Sukun “Ramadhan Ikhlas dan Tenang” (2021).....	89
Gambar 4.4 Representasi budaya kolektif dalam iklan Sukun “Rayakan Kemenangan” 2023.....	90
Gambar 4.5 Representasi budaya kolektif dan metafora bercampur humor dalam iklan Sukun King Size.....	92
Gambar 4.6 Unggahan Instagram resmi sukunspecialbaru.sbb yang berisikan makna dari tagline “Beda Masa Satu Rasa”.....	95