



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN POLITIK PARTAI**

**MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2024:**

**(Studi Semiotika Peirce Pada Iklan Partai Amanat Nasional Versi Lagu PAN  
PAN PAN Terdepan (Ads) Di Televisi Nasional)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.Ikom)

**JOVIAN DWI GIANTO WIBISONO**

**(203516516249)**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**PERIKLANAN**

**2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**SEMIOTIC ANALYSIS OF PARTY POLITICAL  
ADVERTISING AHEAD OF THE 2024 PRESIDENTIAL  
ELECTION:**

**(Peirce's Semiotic Study On The National Mandate Party Advertisement  
Version Of The Song PAN PAN PAN Terdepan (Ads) On National  
Television)**

**THESIS**

THESIS Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of  
Communication Science (S.Ikom) degree

**JOVIAN DWI GIANTO WIBISONO**

**(203516516249)**

**STUDY PROGRAM OF COMMUNICATION SCIENCES**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITIC SCIENCES**

**ADVERTISING**

**2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN POLITIK PARTAI**

**MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2024:**

**(Studi Semiotika Peirce Pada Iklan Partai Amanat Nasional Versi Lagu PAN  
PAN PAN Terdepan (Ads) Di Televisi Nasional)**

**SKRIPSI**

**JOVIAN DWI GIANTO WIBISONO**

**(203516516249)**

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JAKARTA, FEBRUARI**

**2024**



## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
ILMU POLITIK

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Joviana Dwi Gianto Wibisono  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516249  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN POLITIK  
PARTAI MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN  
2024: (Studi Semiotika Pierce pada iklan Partai  
Amanat Nasional versi lagu Pan Pan Pan Terdepan  
(Ads) di Televisi Nasional)  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Satu (S1) pada Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan  
Jakarta, 28 Februari 2024

Dosen Pembimbing

Dekan

Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Jovian Dwi Gianto Wibisono  
NPM : 203516516249  
Prodi : Ilmu komunikasi  
Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN POLITIK  
PARTAI MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN  
2024: (Studi Semiotika Pierce pada iklan Partai  
Amanat Nasional versi lagu Pan Pan Pan Terdepan  
(Ads) di Televisi Nasional)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang Dr. Irma Indrayani Arief, S.I.P., M.Si

Penguji I Drs. Adi Prakosa, M.Si

Penguji II Prof. Dr. Dra. Lely Arranie, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Februari 2024

## PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### FORMULIR 4

#### PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Jovian Dwi Gianto Wibisono  
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516249  
Jurusan : Periklanan  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN POLITIK PARTAI  
MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2024:  
(Studi Semiotika Pierce pada iklan Partai Amanat  
Nasional versi lagu Pan Pan Pan Terdepan (Ads) di  
Televisi Nasional)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, ..... 20 ....., sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, ..... 20 .....

Ketua Sidang: Dr. Ima Indrayani Arief, S.I.P., M.Si. ....

Penguji I Drs. Adi Prakosa, M.Si. ....

Penguji II Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si. ....

*Keterangan :*

*\*1 Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah dipulak dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

## LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

### LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Jovian Dwi Giyanto Wibisono  
NPM : 203516516249  
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Sidang : Rabu, 28 Februari 2024

#### JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN POLITIK PARTAI MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2024: (Studi Semiotika Piercee pada iklan Partai Amanat Nasional versi lagu Pan Pan Pan Terdepan (Ads) di Televisi Nasional)

#### JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

SEMIOTIC ANALYSIS OF PARTY POLITICAL ADVERTISING Ahead of the 2024 PRESIDENTIAL ELECTION: (Pierce's semiotic study of the Mandate Party advertisement National version of the song Pan Pan Pan Terdepan (Ads) in National Television)

#### TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL :	TGL :	TGL : 7 - Maret 2024
		
Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.	Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si	Jovian Dwi Giyanto Wibisono



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ditunjukkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunianya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Semiotika Iklan Politik Partai Menjelang Pemilihan Presiden 2024: (studi semiotika peirce pada iklan partai amanat nasional versi lagu pan pan pan terdepan (ads) di televisi nasional)”. Skripsi ditujukan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai rencana, tanpabantuan serta dukungan dari pada semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan proses penulisan skripsi ini. Oleh karenanya, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada dosen pembimbing penelitian yaitu, Prof. Dr. Lely Arrianie, M. Si yang telah membantu penulis dengan sepenuh hati untuk menyelesaikan penelitian. Karena jasa dan waktu yang beliau berikan, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik – baiknya. Selanjutnya ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak di bawah ini:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional
3. Djujur Luciana, S.Sos., M.Si dan Nursatyo S.Sos.M,si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komuniasi Universitas Nasional
4. Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si. selaku dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sebanyak – banyaknya diucapkan kepada Ibunda Lely karena sudah membantu dan memberikan masukan berupa ilmu, motivasi, dan semangat selama proses bimbingan di

tengah kesibukan beliau. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak yakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.

5. Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si Selaku dosen penguji sidang seminar proposal penelitian, yang telah menyempatkan waktu senggang beliau untuk menghadiri sidang penelitian dan telah membantu dalam menguji penelitian yang dilakukan.
6. Dr. Irma Indrayani Arief, S.I.P., M.Si. Selaku Ketua Sidang Skripsi dan Drs. Adi Prakosa, M.Si. Selaku Penguji 1 Sidang Skripsi, yang telah menyempatkan waktunya untuk menghadiri sidang dan membantu dalam menguji penelitian yang dilakukan.
7. Seluruh jajaran Staff dan dosen Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama penulis berkuliah di Universitas Nasional. Peneliti sangat berterima kasih atas tahun – tahun penuh ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Kedua Orang Tua peneliti, Ibu Wahyuningsih dan Bapak Sugiarto sebagai tanda bakti dan rasa terima kasih yang tidak terhingga, aku persembahkan karya kecil ini kepada mamah dan ayah saya yang sudah memberikan kasih sayang dan dukungan serta cinta kasih yang tidak terhingga. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat mamah dan ayah bahagia, terima kasih selama ini sudah memberikan banyak motivasi, selalu mendoakan dan selalu memberi nasehat untuk menjadi yang lebih baik.
9. Tria Cahyani Mekarsari yang sudah banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih sudah menemani, meluangkan waktu, tenaga serta pikiran kepada saya, dan memberikan semangat untuk selalu maju tanpa kenal lelah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya. Terima kasih sudah menjadi sosok rumah yang selalu ada untuk saya.
10. Seluruh teman – teman saya di prodi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional khususnya peminatan periklanan yang ikut serta memberikan semangat dan bantuan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi peneliti hingga tuntas.

11. Seluruh informan yang terlibat dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktunya ditengah jadwal kegiatan yang padat dan memberikan informasi yang sangat berguna untuk penelitian ini.
12. Dan yang terakhir kepada diri saya sendiri, Jovian Dwi Gianto Wibisono terimakasih sudah bertahan selama ini. terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai detik ini. terimakasih karena memutuskan tidak menyerah ditahun ini, sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini kamu telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Dengan penuh harapan, semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah swt. dan tercatat sebagai amal shalih. Jazakumullah khoirul jaza'.

Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu – ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jovian Dwi Gianto Wibisono  
NPM : 203516516249  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti noneksklusif (*non exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Semiotika Iklan Politik Partai Menjelang Pemilihan Presiden 2024:  
(Studi Semiotika Peirce Pada Iklan Partai Amanat Nasional Versi Lagu Pan Pan Pan Terdepan (Ads) Di Televisi Nasional)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta, Pada tanggal: 21/01/2024

Yang menyatakan



(Jovian Dwi Gianto Wibisono)

## ABSTRAK

Nama : Jovian Dwi Gianto Wibisono  
NPM : 2035161516249  
Progam Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Analisis Semiotika Iklan Politik Partai Menjelang  
Pemilihan Presiden 2024: (studi semiotika peirce pada  
iklan partai amanat nasional versi Lagu PAN PAN PAN  
TerdePAN (Ads) di televisi nasional)  
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis iklan politik Partai Amanat Nasional mengenai semiotika peirce versi lagu Pan Pan Pan di televisi nasional dan swasta. **Teori Semiotika Peirce dan Media Periklanan Richards, digunakan dalam penelitian ini yang terdiri atas hubungan representamen, object dan segitiga interpretant yang membentuk trikotomi dasar pembagian tanda.** Metode Kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif studi semiotika. hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklan politik ini memiliki unsur Sonic Branding pendekatan pemasaran atau marketing yang banyak digunakan dalam membangun brand maupun bisnis, yang dalam perkembangannya meluas hingga partai politik supaya membangun merek/brand menggunakan elemen audio yang khas untuk menciptakan pengalaman yang mengesankan bagi pemilih atau konsumen sosial terhadap pemahaman mengenai politik bagi kalangan generasi Z atau kaum muda yang saat ini menjadi pemilih pemula pada pemilu nanti. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian ini bahwa Semiotika Peirce Pada Iklan Partai Amanat Nasional Versi Lagu Pan Pan Pan Terdepan (Ads) memanfaatkan berbagai jenis tanda, baik ikonik, indeksikal, maupun simbolis, melibatkan elemen visual, auditif, dan teks telah sesuai dengan Teori Semiotika Peirce dan Media Periklanan. Peneliti menyarankan untuk dapat peka dengan adanya iklan politik di sekitar kita, karena iklan politik dapat mempengaruhi sikap seseorang apakah menjadi pro atau menjadi kontra.

Kata Kunci : Analisis, Televisi, Iklan Politik, Partai Amanat Nasional, Semiotika.

## ABSTRACT

Name : Jovian Dwi Gianto Wibisono

NPM : 2035161516249

Study Program : Communication Sciences

Title : Semiotic Analysis of Party Political Advertisements Ahead of the 2024 Presidential Election: (Peirce semiotic study of National Mandate Party advertisements version of the song PAN PAN PAN TerdePAN (Ads) on national and private television)

Counsellor : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie M.Si.

*This research aims to find out and analyze the National Mandate Party's political advertisements regarding the semiotics of Peirce's version of the song Pan Pan Pan on national and private television. Peirce's Semiotic Theory and Richards' Advertising Media, used in this research, consist of the relationship between representant, object and interpretant triangle which forms the basic trichotomy of sign division. Qualitative Method with a descriptive qualitative approach to semiotic studies. The results of the research show that this political advertisement has elements of Sonic Branding, a marketing approach which is widely used in building brands and businesses, which in its development extends to political parties so that brands are built using distinctive audio elements to create an impressive experience for voters or consumers. social towards understanding politics for generation Z or young people who are currently beginner voters in the upcoming election. Thus, the conclusion of this research is that Peirce's semiotics in the National Mandate Party's advertisement, the version of the song Pan Pan Pan Terdepan (Ads), utilizes various types of signs, both iconic, indexical and symbolic, involving visual, auditory and textual elements, which are in accordance with Peirce's semiotic theory. and Advertising Media. Researchers suggest being sensitive to the presence of political advertisements around us, because political advertisements can influence a person's attitude, whether they are pro or con.*

*Keywords : Analysis, Political Advertisements, National Mandate Party, Television, Semiotics*

## DAFTAR ISI

<b>UNIVERSITAS NASIONAL .....</b>	<b>i</b>
<b>UNIVERSITAS NASIONAL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
1.5.1 Bagian Awal Penelitian.....	9
1.5.2 Bagian Isi Penelitian .....	9
1.5.3 Bagian Akhir Penelitian .....	9
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Semiotika Peirce.....	19
2.2.2 Teori Media Periklanan.....	23
2.2.3 Media Planning .....	31
2.2.4 Iklan Politik.....	34
2.2.5 Pengaruh Tayangan Televisi Pada Perilaku Pemirsa .....	35
2.2.6 Pemilu dan Partai Politik.....	37



2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Model Kerangka Pemikiran Penelitian .....	40
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.3 Pendekatan Penelitian .....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Informan Penelitian.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	49
3.7.1 Derajat Kepercayaan (Credibility) .....	51
3.7.2 Keteralihan (Transferbility) .....	51
3.7.3 Kebergantungan (Dependability).....	51
3.7.4 Kepastian (Comfermability) .....	52
3.8 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	52
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	52
3.8.2 Jadwal Penelitian.....	52
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Deskripsi Wilayah Penelitian.....	54
4.1.1 Sejarah PAN.....	54
4.1.2 Visi, Misi Dan Tujuan PAN.....	56
4.1.3 Susunan Struktur Anggota Organisasi PAN .....	57
4.1.4 Logo PAN .....	59
4.2 Analisis Semiotika Iklan Partai Amanat Nasional Versi Pan-Pan-Pan Di Televisi Nasional Dan Swasta Menggunakan Semiotika Charles Sanders Pierce .....	60
4.3 Profil Informan Penelitian.....	82
4.3.1 Informan Kunci .....	83
4.3.2 Informan Pokok.....	83
4.4 Penyajian Data Hasil Penelitian Analisis Semiotika Iklan Politik Partai Menjelang Pemilihan Presiden 2024 Pada Iklan Pan-Pan-Pan Di Televisi Nasional.....	83
4.4.1 Berdasarkan Pernyataan Bagaimana Iklan Televisi Dapat Mempengaruhi Persepsi Publik.....	83
4.4.2 Pembahasan.....	87



4.5 Konfigurasi Model Hasil Penelitian Persepsi Masyarakat Tentang Iklan Politik Partai Di Media Televisi.....	89
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 2.2.1 Jenis Tanda.....	19
Tabel 2.2.2 Jenis Tanda dan Hubungan dengan Sumber Acuan.....	22
Tabel 3.8.2 Jadwal Penelitian .....	49
Tabel 4.2.1 Adegan 1 .....	58
Tabel 4.2.2 Adegan 2 .....	61
Tabel 4.2.3 Adegan 3 .....	63
Tabel 4.2.4 Adegan 4 .....	66
Tabel 4.2.5 Adegan 5 .....	68
Tabel 4.2.6 Adegan 6 .....	69
Tabel 4.2.7 Adegan 7 .....	71
Tabel 4.2.8 Adegan 8 .....	74
Tabel 4.5.1 Konfigurasi Hasil Penelitian .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Politik Partai Amanat Nasional Di Salah Satu Televisi.....	2
Gambar 1.2 Iklan Politik Partai Amanat Nasional Di Salah Satu Televisi.....	4
Gambar 2.2.1 Semiotika Peirce.....	18
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1 Model Teknik Analisis Data .....	44
Gambar 4.1.2 Logo PAN .....	44
Gambar 4.2 Adegan 1 .....	58
Gambar 4.3 Adegan 1 .....	59
Gambar 4.4 Adegan 1 .....	59
Gambar 4.5 Adegan 2 .....	61
Gambar 4.6 Adegan 2 .....	61
Gambar 4.7 Adegan 2 .....	61
Gambar 4.8 Adegan 3 .....	64
Gambar 4.9 Adegan 3 .....	64
Gambar 4.10 Adegan 3 .....	64
Gambar 4.11 Adegan 4 .....	66
Gambar 4.12 Adegan 4 .....	66
Gambar 4.13 Adegan 4 .....	66
Gambar 4.14 Adegan 5 .....	68
Gambar 4.15 Adegan 5 .....	68
Gambar 4.16 Adegan 6 .....	70
Gambar 4.17 Adegan 6 .....	70
Gambar 4.18 Adegan 7 .....	71
Gambar 4.19 Adegan 7 .....	72
Gambar 4.20 Adegan 7 .....	72
Gambar 4.21 Adegan 8 .....	74
Gambar 4.22 Adegan 8 .....	75
Gambar 4.23 Adegan 8 .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Informan Pokok .....	88
Lampiran 2 Pedoman Pertanyaan Wawancara Informan Kunci .....	90
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Pokok .....	93
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Informan Key .....	94
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Dengan Informan Pokok .....	95
Lampiran 6 Surat Keterangan Pendamping Ijazah.....	96
Lampiran 7 Ketersediaan Pembimbing.....	97
Lampiran 8 Surat Penugasan Dosen Pembimbing .....	98
Lampiran 8 Lampiran Daftar Riwayat Hidup .....	110

