

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS.....	ii
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA PRANCIS.....	iii
HALAMAN JUDUL.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
EXTRAIT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Masalah Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Tinjauan Pustaka.....	8
1.5. Landasan Teori.....	15
1.5.1. Supermodernitas.....	15
1.5.2. <i>Non-lieu</i>	18
1.5.3. Kehidupan sehari-hari.....	22
1.6. Metode Penelitian.....	25
1.7. Sistematika Penyajian.....	26
BAB II HIPERMARKET DAN WACANA <i>NON-LIEU</i> DALAM <i>REGARDE LES LUMIÈRES MON AMOUR</i>.....	27
2.1. Pengantar.....	27
2.2. Gejala Supermodernitas di Hipermarket Auchan.....	28
2.2.1. <i>Excess of Time</i> di Hipermarket Auchan.....	30
2.2.2. <i>Excess of Space</i> di Hipermarket Auchan.....	33
2.2.3. <i>Excess of Individuality</i> di Hipermarket Auchan.....	37

2.3. Karakteristik <i>Non-lieu</i> di Hipermarket Auchan.....	42
2.3.1. <i>Lack of Identity</i> di Hipermarket Auchan.....	42
2.3.2. <i>Lack of Relation</i> di Hipermarket Auchan.....	49
2.3.3. <i>Lack of History</i> di Hipermarket Auchan.....	57
2.4. Penutup.....	61
BAB III NARASI KEHIDUPAN SEHARI-HARI DAN TANTANGAN TERHADAP WACANA <i>NON-LIEU</i> DALAM <i>REGARDE LES LUMIÈRES MON AMOUR</i>.....	64
3.1. Pengantar.....	64
3.2. Taktik Pelanggan, Supermodernitas, dan <i>Non-lieu</i>	66
3.2.1. Taktik Pelanggan Menghadapi Wacana Supermodernitas.....	69
3.2.2. Taktik Pelanggan Menghadapi Wacana <i>Non-lieu</i>	74
3.3. Hipermarket Auchan sebagai Ruang yang Bermakna dalam Alam Pikir Annie Ernaux.....	80
3.4. Penutup.....	98
BAB IV KESIMPULAN.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	114
RÉSUMÉ.....	140