

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvii
ABSTRACT	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Limitasi Penelitian	5
I.5 Manfaat Penelitian	6
I.6 Tinjauan Pustaka	6
I.7 Kerangka Teori	13
I.7.1 Semiotika	13
I.7.2 Interaksionisme Simbolik	18
I.7.3 Tindakan Sosial	19
I.8 Metode Penelitian	22
I.8.1 Metode Pengumpulan Data	24
I.8.2 Metode Interpretasi Data	30
I.9 Sistematika Penulisan	32
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK WISATA DAN WISATAWAN	
THE LOST WORLD CASTLE	33
II.1 Profil Objek Wisata The Lost World Castle.....	33
II.1.1 Atraksi Objek Wisata The Lost World Castle.....	36
II.1.2 Aksesibilitas Objek Wisata The Lost World Castle.....	43
II.1.3 Amenitias Objek Wisata The Lost World Castle.....	51
II.2 Citra Visual Wisata di The Lost World Castle	56

BAB III KONSUMSI TANDA DAN INTERAKSIONISME SIMBOLIK: THE LOST WORLD CASTLE DAN PENGUNAAN INSTAGRAM OLEH WISATAWAN.....	61
III.1 Analisis Semiotika pada Objek Atraksi Wisata The Lost World Castle.....	61
III.2 Persepsi Wisatawan.....	68
III.2.1 Profil Wisatawan.....	68
III.2.2 Persepsi Wisatawan terhadap Citra Visual Wisata dan Media Sosial	69
BAB IV KESIMPULAN	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Diri Responden.....	30
Tabel 2. Media yang Mempengaruhi Minat Berwisata.....	70
Tabel 3. Produk Wisata yang menarik	73
Tabel 4. Rutinitas Berkomunikasi Menggunakan Citra Wisata.....	76
Tabel 5. Media Sosial untuk Menyampaikan Citra Wisata.....	79
Tabel 6. Rutinitas Berwisata	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsep Semiotika triadik Peirce Sederhana	16
Gambar 2. Proses Semiosis Berlanjut	17
Gambar 3. Area di dalam Objek Wisata	33
Gambar 4. Objek Representasi di dalam Objek Wisata	36
Gambar 5. Objek Representasi Tembok Cina.....	37
Gambar 6. Objek Representasi Rumah Hobbit	38
Gambar 7. Objek representasi Kereta Kuda Cinderella	39
Gambar 8. Lahan Luas di dalam Objek Wisata	40
Gambar 9. Taman Terbuka di dalam Objek Wisata.....	41
Gambar 10. Objek Permainan Komidi Putar	42
Gambar 11. Titik lokasi The Lost World Castle Yogyakarta	43
Gambar 12. Gate Destinasi	45
Gambar 13. Papan Penunjuk Jalan menuju Objek Wisata.....	46
Gambar 14. Papan Penunjuk Jalan Keluar Destinasi	47
Gambar 15. Gate Objek Wisata	48
Gambar 16. Peta Citra Satelit The Lost World Castle	49
Gambar 17. Jalan Petung Merapi	50
Gambar 18. Warung Makan	51
Gambar 19. Musholla.....	52
Gambar 20. Toilet	53
Gambar 21. Kantong Parkir	54
Gambar 22. Papan Informasi di Kantong Parkir	55
Gambar 23. Beranda Akun Instagram Resmi Objek Wisata.....	56
Gambar 24. Permainan Tanda Sepatu Cinderella	57
Gambar 25. Citra Visual Wisatawan dalam Permainan Tanda.....	59
Gambar 26. Analisis Semiotika pada Atraksi Tembok The Lost World Castle ...	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembaran Pertanyaan Penelitian	90
--	----

DAFTAR ISTILAH

Kode: Cara pengombinasian tanda yang disepakati karena adanya konvensi sosial yang berlaku dalam periode tertentu, untuk memungkinkan satu tanda dapat dimengerti atau dikomunikasikan dari seseorang ke orang lainnya.

Konsumerisme: Manipulasi kebiasaan yang mengubah individu menjadi konsumen yang dipengaruhi oleh wacana-wacana bersifat industrial.

Masyarakat konsumen: Masyarakat yang menjadikan konsumsi sebagai aktivitas utama keseharian, dan menciptakan nilai-nilai artifisial melalui barang-barang konsumen.

Pembedaan (*Difference*): Cara atau strategi penjualan dalam kapitalisme yang memanfaatkan sistem objek, yang di dalamnya sebuah objek tersebut nilainya dibedakan dari objek sejenis oleh wacana-wacana.

Penampakan (*Appearance*): Keberadaan objek yang secara langsung dapat ditangkap oleh panca indra, untuk membedakannya dengan realitas sesungguhnya, yang berada di luar jangkauan panca indra.

Penanda (*Signifier/Signifiant*): Citraan atau kesan mental dari sesuatu yang bersifat verbal atau visual, seperti suara, tulisan, benda, foto, simbol dan lain-lain.

Petanda (*Signified/Signifié*): Konsep abstrak atau makna yang terkandung pada tanda.

Pertandaan (*Signification*): Hubungan antara penanda dan petanda, yaitu cara tertentu sebuah penanda berhubungan dengan sebuah makna.

Representasi: Tindakan menghadirkan kembali atau mempresentasikan sesuatu lewat sesuatu yang lain di luar dirinya, biasanya berupa tanda atau simbol.

Semiotika: Ilmu tentang tanda dan kode-kodenya serta penggunaannya dalam masyarakat.

Subjek: Individu yang tunduk dalam wacana tertentu yang dibentuk secara sosial lewat bahasa, pengetahuan, dan ideologi yang telah ada.

Tanda: Segala sesuatu yang mengandung makna yang terdiri dari dua unsur yaitu penanda dan petanda.

Wacana (*Discourse*): Cara membuat makna atas suatu tanda yang membentuk pengetahuan baru, beserta praktik sosial yang dihasilkannya.

DAFTAR SINGKATAN