

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN SUMMARY	ix
HALAMAN ABSTRAK	xi
HALAMAN ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	10
II.1. Teori Pemaknaan dan Representasi	10
II.2. Konsep Identitas	16
II.3. Pengertian Simbol	18
II.4. Memori, Nostalgia dan Hegemoni	21
II.5. Perspektif Interpretif dalam Komunikasi	28
II.6. Tradisi Semiotika dalam Kajian Komunikasi	30
II.7. Desain Visual Sebagai Media Komunikasi	41
II.8. Kapitalisme dan Komodifikasi	44
II.9. Perubahan Sosial dan Penyelamatan Warisan Budaya	48
BAB III METODE PENELITIAN	51
III.1. Metode Penelitian	51
III.2. Setting Penelitian	52
III.3. Sasaran Penelitian	55
III.4. Teknik Pengumpulan Data	56
III.5. Teknik Analisis Data	57

BAB IV	HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	60
	IV.1. Pemaknaan dan Representasi Heritage Surabaya	60
	IV.1.1. Representasi yang Membentuk Identitas Kota Surabaya dalam Desain <i>Merchandise</i> Sawoong	62
	IV.1.2. Simbol Heritage dan Komodifikasi dalam Desain <i>Merchandise</i> Sawoong	81
	IV.1.2.1. Kawasan Tanjung Perak 1924	81
	IV.1.2.2. Stasiun Semut	85
	IV.1.2.3. Kawasan Kembang Jepun	88
	IV.1.2.4. Kawasan Tunjungan	93
	IV.1.2.5. Dam Jagir	89
	IV.1.2.6. Gedung Balai Pemuda	97
	IV.1.2.7. Gedung Brantas	103
	IV.1.3. Ideologi Kapitalisme dalam <i>Merchandise</i> Sawoong	106
	IV.2. Desain Visual <i>Merchandise</i> dan Upaya Penyelamatan Warisan Budaya	108
BAB V	KESIMPULAN	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN:

Lampiran 1	Rekapitulasi Rugi Laba Sawoong Tahun 2008 – 2010
Lampiran 2	Beberapa Contoh Desain <i>Merchandise</i> Sawoong
Lampiran 3	Berita Acara Revisi Tesis