

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR BAGAN.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	2
1.3 Tujuan Laporan	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Secara Teoretis	4
1.4.2 Secara Praktis	5
1.5 Sistematis Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Teori Semiotika Charles Sander Pierce.....	8
2.3 Landasan Konseptual	10
2.3.1 Semiotika	10
2.3.1.1 Model-Model Semiotika	11
2.3.2 Periklanan.....	12
2.3.2.1 Komunikasi Periklanan	12
2.3.2.2 Semiotika Iklan	13
2.4 Kerangka Pemikiran.....	13
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	17
3.2 Objek Penelitian	17
3.3 Sumber Data.....	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	18

3.5 Keabsahan Data.....	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	21
BAB IV GAMBARAN UMUM	
4.1 Gambaran Umum Indomie	23
4.2 Gambaran Umum Iklan Indomie Piring Kosong	23
4.2.1 Iklan Indomie Piring Kosong Versi Saat Berpuasa	23
4.2.2 Iklan Indomie Piring Kosong Versi Saat Berbuka.....	27
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Iklan Indomie Piring Kosong Versi Saat Berpuasa	31
5.2 Iklan Indomie Piring Kosong Versi Saat Berbuka.....	39
BAB VI KESIMPULAN	
6.1 Kesimpulan	48
6.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50