

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRAC</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Tahapan Penelitian .....	8
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	9
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Teori Terkait.....	20
2.2.1 Iklan .....	20

2.2.2	Jenis-jenis Iklan.....	21
2.2.3	Bahasa Iklan.....	21
2.2.4	Pemilihan Media Periklanan.....	24
2.2.5	Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	25
2.2.6	Tanda dan Makna.....	26
2.2.7	Teori Kebutuhan Manusia.....	27
2.2.8	Narsisme.....	29
2.2.9	Representasi.....	32
2.2.10	Semiotika.....	33
2.2.11	Semiotika Charles Sanders Peirce.....	34
2.2.12	Kerangka Pemikiran.....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Paradigma Penelitian.....	36
3.2	Metode Penelitian.....	37
3.3	Objek Penelitian.....	38
3.4	Unit Analisis.....	39
3.5	Definisi Konsep.....	41
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	42
3.8	Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Karakteristik Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Identifikasi Tanda.....	45

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
4.2.1 Iklan Sprite .....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	xiii