

**Id** : 15926

**Call Number** : 659.1 ANG k

**Judul** : "Kasus Penghentian Tayang Iklan Mie Sedaap Versi Kerja Bakti Dengan Menggunakan Metode Analisis Semiotik Dan Analisis Teks"/ Angela

**Pengarang** : Angela

**Nim** : 915070016

**Kota** : Jakarta

**Tahun Terbit** : 2011

**Deskripsi Fisik** : 84 halaman

**Pembimbing** : 1.Shidarta, SH, M.Hum., Dr.  
1.Shidarta, SH, M.Hum., Dr.

**Bidang** : 1.Komunikasi

**Subjek** : 1.PERIKLANAN

**Abstrak** : Penelitian ini membahas tentang analisis terhadap iklan Mie Sedaap versi kerja bakti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah iklan Mie Sedaap versi kerja bakti melakukan pelanggaran dalam etika beriklan. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotik yang dikemukakan oleh CS Peirce dan juga penelitian menggunakan analisis teks atau tindak tutur (speech act) yang dikemukakan oleh John L. Austin. Dalam Teknik analisis data ini CS Peirce (1931-58) mengajukan model pemaknaan dengan bentuk segitiga yang memperlihatkan hubungan antara tanda, interpretasi dan juga objek. Sedangkan dalam analisis teks, analisis teks dapat dipisahkan menjadi 3 macam bentuk, antara lain: lokusi, ilokusi dan perlokusi. Berdasarkan analisis semiotik dan analisis teks yang dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa, iklan Mie Sedaap versi kerja bakti melanggar etika dalam periklanan. Dimana pelanggaran tersebut menyebabkan pada tanggal 29 Juni 2010, KPI melayangkan surat himbauan dengan nomor 299/K/KPI/06/10 terhadap Mie Sedaap, agar iklan Mie Sedaap versi kerja bakti tidak ditayangkan lagi di seluruh stasiun televisi.