

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4 Kerangka Teori	7
1.5 Kerangka Pemikiran	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Iklan dan Komunikasi	19
2.2 Iklan dan Komunikasi Massa	21
2.3 Iklan di Media Cetak	23
2.4 Koran Kuning	29
2.5 Penelitian Terdahulu	30
xiii	
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Objek Penelitian	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Validasi Data	44
3.5 Teknis Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Bentuk Pelanggaran Etika Periklanan	52
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94