

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS	i
TABLE OF CONTENTS	ii
ABSTRACT	iii
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	
1.1 Background of the Study	1
1.2 Statement of the Problem.....	4
1.3 Purpose of the Study	4
1.4 Method of Research	4
1.5 Organization of the Thesis	4
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	6
2.1 Semiotics.....	6
2.2 Catholicism	8
2.2.1 Celibacy	9
CHAPTER THREE: ANALYSIS	11
3.1 Immaculately Conceived Advertisement	12
3.2 Submit to Temptation Advertisement	28
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	44
BIBLIOGRAPHY	49
APPENDICES	60

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan adanya konsep penistaan agama dalam dua iklan dari merk es krim *Antonio Federici Gelato*. Untuk menganalisis data yang ada, saya menggunakan teori Semiotika yang diusung oleh Ferdinand de Saussure dan teori mengenai Katolisisme. Data yang didapat dibagi menjadi dua belas penanda—terdiri atas visual dan tekstual, yang menghasilkan petanda. Hasil dari penelitian ini adalah sepuluh penanda dalam dua iklan ini mengarah pada petanda penistaan agama. Penanda yang lebih menunjukkan penistaan agama adalah penanda visual. Penanda tekstual dalam dua iklan ini pun menunjukkan penistaan agama dengan mengubah bagian dari *Lord's Prayer* di Katolisisme menjadi suatu penistaan.