

Representasi Wanita Modern dalam Iklan Es Krim:
Analisis Semiotika Terhadap Brand Magnum Versi
“Taste the Classic”

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi
Oleh

VAYA VANESSA

N.I.M: 2011-52-089

Konsentrasi: Ilmu Hubungan Masyarakat



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
JAKARTA 2016