

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