REPRESENTASI KEMAJEMUKAN MASYARAKAT INDONESIA DALAM IKLAN INDOMIE "KEHANGATAN DITENGAH PERBEDAAN"

(Analisis Semiotik Roland Barthes Mengenai Representasi Kemajemukan Masyarakat Indonesia Dalam Iklan Indomie "Kehangatan Ditengah Perbedaan")

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sidang Sarjana Strata-1 pada
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh,
PUTRI FAHMAWATI
NIM. 41811103



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI JURNALISTIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2015