REPRESENTASI KELAS SOSIAL DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PENYESUAIAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK

(Studi Analisis Wacana Norman Fairclough Mengenai Representasi Kelas Sosial Dalam Iklan Layanan Masyarakat Penyesuaian Harga Bahan Bakar Minyak Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2013)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Kelulusan Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Jurnalistik

Oleh,

RULY TOPAN WIGUNA

NIM : 41809069



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI JURNALISTIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

B A N D U N G

2014