TINJAUAN VISUAL CITRA PEREMPUAN PADA IKLAN PRODUK TELEKOMUNIKASI MELALUI TEORI SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE

(Studi Kasus: Iklan Cetak XL Tahun 2007, 2008 dan 2011)

DK 38315/Skripsi

Semester II 2016/2017

Oleh :

Muhamad Sandhika Akbar

51913192

Program Studi Desain Komunikasi Visual



FAKULTAS DESAIN

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2017