

REPRESENTASI SENSUALITAS PEREMPUAN DALAM IKLAN
Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan Parfum Casablanca Versi “*Teenage Dream*” di Televisi

Skripsi

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



oleh

Thia Rahma Fauziah
1200147

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2016

**REPRESENTASI SENSUALITAS PEREMPUAN DALAM IKLAN (ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERHADAP IKLAN PARFUM CASABLANCA
VERSI “TEENAGE DREAM’ DI TELEVISI)**

oleh

Thia Rahma Fauziah

1200147

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Thia Rahma Fauziah

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2016

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi,
atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

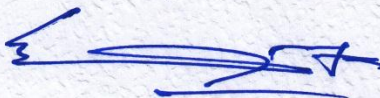
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Thia Rahma Fauziah

REPRESENTASI SENSUALITAS PEREMPUAN DALAM IKLAN
(Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan Parfum Casablanca
Versi "Teenage Dream" di Televisi)

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing I



Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si.

NIP. 196604251992032002

Pembimbing II

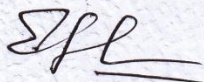


Prof. Dr. Hj. Atie Rachmiate, M.Si.

NIP. 195903301986032001

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi



Dr. Ridwan Effendi, M. Ed

NIP. 196209261989041001