

REPRESENTASI HEDONISME DALAM IKLAN TELEVISI
(Studi Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Gaya hidup/Konsumtif pada
Iklan Ramayana Mudik #KERENHAKSEGALABANGSA)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program S1 Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Qamarul Kamal

1204130151

Marketing Communication



FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2017