

**ANALISIS SEMIOTIKA TERHADAP IKLAN AIR ASIA DENGAN SLOGAN**

**“NOW EVERYONE CAN FLY” DI TELEVISI**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes dengan Fokus Makna Denotasi, Konotasi, dan**

**Mitos Terhadap Iklan Air Asia dengan Slogan “Now Everyone Can Fly” di Televisi)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

**MELANI**

**3112161029**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP**

**BANDUNG**

**2020**