

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SEMIOTIKA TERHADAP IKLAN AIRASIA 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



Menyetujui,

Ketua Program studi

Pupi Indriati Zaelani, S.Sos., M.Si

Pembimbing

Reza Saeful Rachman, S.S., M.Pd

Mengetahui,

Dekan

Drs. Tatang Sudrajat, S.IP., M.Si.