

REPRESENTASI NARSISME PADA IKLAN TELEVISI

(Analisis Semiotik Iklan Televisi Tokopedia versi “Jadi Terkenal” , GG Mild versi “*Taste The Difference*” , Sprite versi “Kenyataan Gak Seindah Sosmed Selebriti” dan Sale Stock versi “Aspirasi Gaya”)

REPRESENTATION OF NARCISISSM IN TELEVISION ADVERTISING
(*Semiotic Analysis of Television Advertising Tokopedia version “Jadi Terkenal” , GG Mild version “Taste The Difference” , Sprite version “Kenyataan Gak Seindah Sosmed Selebriti” and Sale Stock version “Aspirasi Gaya”*)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
Prawida Kirana

20140530204

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018