

Judul:

Nilai-tanda "alami" sebagai kesadaran palsu dalam produk kecantikan :
analisis semiotika kampanye rebranding The Body Shop "Beauty With Heart"
= Natural sign value as the false consciousness in beauty products :
semiotic analysis of The Body Shop rebranding campaign "Beauty With
Heart" / Annisa Rahma

Pengarang/Penulis:

Annisa Rahma, author

Subjek:

Consumer behavior

Nomor Panggil:

T35388

Penerbitan:

Link Terkait:

- [Deskripsi Bibliografi](#)
- [Abstrak](#)
- [Dokumen Yang Mirip](#)
- [Universitas Indonesia Library](#)