

***Judul:***

The ambivalence in representing gender fluidity in fashion advertisements: a semiotic analysis of Louis Vuitton and Ralph Lauren's video advertisements (2016) = Ambivalensi dalam merepresentasikan gender fluidity dalam iklan fesyen: analisis semiotik video iklan Louis Vuitton dan Ralph Lauren (2016)

***Pengarang/Penulis:***

Fahita Farah Nesya, author

***Subjek:***

gender fluidity

***Nomor Panggil:***

TA-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya. Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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