

Judul:

Karakteristik pesan persuasi iklan di televisi: studi analisis isi terhadap iklan RCTI pada tayangan Prime-Time dengan pendekatan teori Sign and Meaning

Pengarang/Penulis:

Ahmad Mulyana, author

Subjek:

Advertising

Nomor Panggil:

T-Pdf

Penerbitan:

Link Terkait:

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