

Judul:

Peran Ayah, Ibu, dan Anak dalam Iklan Natal Supermarket PLUS (2018), JUMBO (2019), dan Albert Heijn (2019): Analisis Semiotika = The Role of Father, Mother, and Children in Christmas Advertisements PLUS (2018), JUMBO (2019), and Albert Heijn (2019): A Semiotic Analysis

Pengarang/Penulis:

Gabrielle Ratri Nurityasari, author

Subjek:

Advertising; Semiotics

Nomor Panggil:

TA-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia

Link Terkait:

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