

**KONSTRUKSI REALITAS PEREMPUAN MUSLIMAH DALAM IKLAN
PRODUK KECANTIKAN DI TELEVISI**

(Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Iklan Wardah)



SKRIPSI

Oleh:

Bela Fataya Azmi

NIM: 20130710001

FAKULTAS AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

KONSENTRASI KOMUNIKASI DAN KONSELING ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017