

**KONSTRUKSI REALITAS PERAN LAKI-LAKI DALAM IKLAN RAMAYANA VERSI  
2018 DI TELEVISI  
(ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES DALAM IKLAN RAMAYANA)**

SKRIPSI



Oleh:

**Anindita Rahajeng Saraswati**

NIM: 20150710045

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2019**