

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN NIKE “*THE LAST
GAME*” EDISI PIALA DUNIA TAHUN 2014**
***SEMIOTIC ANALYSIS OF NIKE ADVERTISEMENT “THE
LAST GAME” EDITION OF WORLD CUP 2014***

Oleh:

Fazar Muzzamil

152050124

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2020**