



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN VIVO V5

DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE

SEBAGAI SELFIE CAMERA

(Studi Kasus Pada Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Vivo Mobile Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

(S1) Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing
Communication

Di susun oleh:

Sarah Qonita

44315010029

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2019