STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENYOSIALISASIKAN PROGRAM TABUNGAN "FAEDAH" UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH

(Studi Kasus pada PT *BRISyariah* Kantor Cabang Induk Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana pada

Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas

Oleh :

ANDINI CHOIRUNNISA

NIM 41806126

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2011