PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PESAN DALAM IKLAN

(Studi Deskriptif Persepsi Masyarakat Kota Bandung mengenai Pesan dalam Iklan "Lawan Nama Julukan")

SKRIPSI

Diajukan untuk Mengikuti Sidang Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas

Oleh:

AMAR ABDUL AZIS ASYARI
NIM. 41812020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2016