

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH JINGLE IKLAN XL VERSI “GOYANG GAYUNG” DI
MEDIA TELEVISI TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK XL
HOTROD 3G+ DI KOTA BANDUNG RAYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :
Ni Luh Gd Mega Prawita
108500110
Marketing Communication



Pembimbing,



Imansyah Lubis., S. SoS., M. Sn

Kepala Program Studi
Ilmu Komunikasi

Refi Rifaldi Windya Giri, ST., MBA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH KOMUNIKASI MULTIMEDIA
INSTITUT MANAJEMEN TELKOM
BANDUNG

2012

iii