

SKRIPSI
METODE *ADVERTISING VALUE EQUIVALENCY*
SEBAGAI BENTUK EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI EKSTERNAL
PUBLIC RELATIONS
(Studi Kasus *Media Relations* PT Astra International Tbk)

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh

Widayani

1204100107

Marketing Communication



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM

2014