

***Judul:***

Pengetahuan mahasiswa terhadap unsur produk dan unsur humor dalam iklan-iklan yang menggunakan pendekatan humor (Studi terhadap Iklan Ozzy, Baygon, dan Komix)

***Pengarang/Penulis:***

Millaty Ismail, author

***Subjek:***

Advertising--Indonesia--Management.

***Nomor Panggil:***

S4107

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

- [Deskripsi Bibliografi](#)
- [Abstrak](#)
- [Dokumen Yang Mirip](#)
- [Universitas Indonesia Library](#)