

Judul:

Analisis brand communication melalui social media marketing dengan fandom k-pop (Studi kasus tokopedia pada kampanye waktu Indonesia belanja) = Analisis brand communication melalui social media marketing dengan fandom k-pop (Studi kasus tokopedia pada kampanye waktu Indonesia belanja)

Pengarang/Penulis:

Afifa Alma Suhaila, author

Subjek:

Social media -- Marketing; Relationship marketing; Instagram (Electronic resource); Marketing Communications Ltd.

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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