

Judul:

Perbandingan Tingkat Social Media Engagement Pengunggahan Silang di Media Sosial Pada Peluncuran Produk Baru (Studi Kasus Strategi Kampanye Indomie Ramen Series) = Comparative of Social Media Engagement Rates in Cross-Posting on Social Media Platforms During New Product Launch (A Case Study of Indomie Ramen Series Campaign)

Pengarang/Penulis:

Lintang Gayatri Nur Maharani, author

Subjek:

Social media--Influence; Comparison advertising

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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