

**Strategi Komunikasi Pemasaran Belvita Dalam Upaya *Branding*
Sebagai Biskuit Sarapan Pagi**

(Studi Deskriptif Pada Penggunaan Model Strategi IMC Dwisapta)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

Ghinaarafah Phrasajid Putri

NIM : 1502144261



**ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
TELKOM UNIVERSITY
BANDUNG
2018**