

**HALAMAN PENGESAHAN**

**EFEKTIVITAS IKLAN INDOMIE VERSI RAMADHAN DI MEDIA TELEVISI  
MENGUNAKAN METODE EPIC (*EMPHATY, PERSUASION, IMPACT,*  
*DAN COMMUNICATION*)  
KOTA BANDUNG 2018**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Program  
Studi D3 Manajemen Pemasaran

Disusun oleh :

**MUHAMAD HELMI MAKARIM**  
6704152042



**Telkom**  
**University**

Menyetujui,  
Pembimbing Akademik



Widya Sastika, S.T., MM

**D3 MANAJEMEN PEMASARAN**  
**FAKULTAS ILMU TERAPAN**  
**UNIVERSITAS TELKOM**

**2018**