

HUBUNGAN PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DENGAN *BRAND AWARENESS* POINT COFFEE (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN ANGKATAN 2021-2024)

SKRIPSI



Oleh:
Alliefah Nabila Nurmutma'innah
F1C021029

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
PURWOKERTO
2025

SKRIPSI

HUBUNGAN PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DENGAN *BRAND AWARENESS* POINT COFFEE (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN ANGKATAN 2021-2024)

Oleh:

Alliefah Nabila Nurmutma'innah

F1C021029



**Disusun sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman**

**UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
PURWOKERTO**

2025