

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

**SKRIPSI**



**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:**

**Alliefa 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**