

**(Studi Korelasi antara Resepsi *Femvertising* dan Resonansi Jenama pada Kampanye
Femvertising Make Over)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Lanny Rahma Kusumawati

18/424652/SP/28200

**UNIVERSITAS GADJAH MADA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI SARJANA ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA
2022**