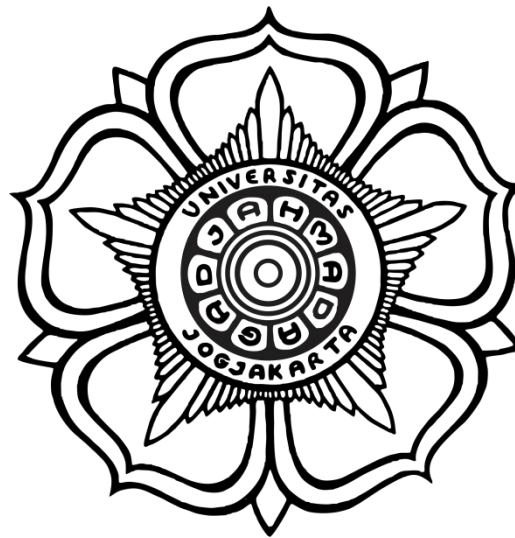


PENDEKATAN MEREK FASHION PADA SUBKULTUR:

**Studi Kasus Stretegi Komunikasi Pemasaran KMPSYD dalam Menjangkau
Pasar Subkultur dan Komunitas**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Revta Fariszy

10/296546/SP/23848

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2015