

**ANALISIS *VIRAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DI
ERA 4.0 (Studi Kasus Iklan Ramayana Ramadhan #KerenLahirBatin
Menyambut Lebaran)**

SKRIPSI



Oleh :

Ivan Farrelldino Way Kanan

NIM. 153160158

Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" YOGYAKARTA
2020**