

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING CREATIVE HOUSE “6616”
DALAM MEMBANGUN COSTUMER BRAND ENGAGEMENT
UNIQLO INDONESIA
(Studi Kasus Kampanye #RealSupport di Instagram)**

SKRIPSI



Oleh

Anastasia Salsa Dianthea

NIM. 153180075

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA
2022**