

PERAN BRAND COMMUNITY DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE

(Studi pada Glow Up Agents Community pada Brand Bhumi)



Oleh

Oki Tsany Nur Hanifah

NIM 153200071

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

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA

2024