STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PERUSAHAAN MUSIK DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA KONVERGENSI (STUDI KASUS PADA FFWD RECORDS DAN HEMA RECORDS)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh

HARDI NOVIAN

13321008

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta

2019