**FUNGSI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN POS**

***EXPRESS* DI PT POS INDONESIA**

**(PERSERO)**

Studi Deskriptif Analisis mengenai Fungsi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pos *Express* di PT Pos Indonesia (Persero)

Kota Bandung

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sidang Sarjana Program Strata satu (S1) Konsentrasi HUMAS**

**Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan**

**ISMI TOPAZ DETRIANA**

**NRP 132050144**

****

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2017**