

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PT POS INDONESIA
DALAM MEMASARKAN PRANGKO SERI DILAN 1990**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Vini Anggraini Ayu Lutfiah

1502154417

Marketing Communication



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM BANDUNG

2019