

STRATEGI *BRAND IMAGE* POS INDONESIA

SEBAGAI *SUPPORT* BISNIS *ONLINE*

(Studi Deskriptif pada Bagian *Public Relations* di Jasa Pengiriman Logistik
PT Pos Indonesia (Persero) Jln. Anggrek No.59 Bandung).

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi
Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Sunan Gunung Djati

Oleh :

DHERRA GUSTIA

NIM: 1124060018



BANDUNG

2016 M/ 1437 H