

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	
I.1 Bentuk dan Perkembangan Usaha.....	1
I.1.1 Bentuk Usaha	1
I.1.2 Perkembangan Usaha.....	2
I.2 Tujuan dari Ruang Lingkup Unit Kerja	2
I.3 Hubungan Kerja Divisi Marketing Communication (Marcomm) dengan Divisi Lain	3
I.3.1 Hubungan Kerja Antar Bagian Dalam Divisi Marketing Communication (Marcomm).....	4
I.3.2 Hubungan Kerja Lintas Divisi	5
I.4 Tujuan Magang dan Tujuan Penulisan Laporan	5
I.4.1 Tujuan Magang.....	5
I.4.2 Tujuan Penulisan Laporan	6

BAB II LANDASAN TEORI

II.1 Marketing (Pemasaran)	7
II.1.1 Pengertian Marketing (Pemasaran)	7
II.1.2 Strategi Desain dan Pengelolaan Marketing.....	8
II.1.3 Konsep Marketing	9
II.1.4 Bauran Pemasaran	11
II.1.5 Promosi (Promotion)	12
II.2 Komunikasi (Communication).....	13
II.2.1 Pengertian Komunikasi (Communication).....	13
II.2.2 Proses Komunikasi	14
II.2.3 Komponen Komunikasi	15
II.3 Marketing Communication	18
II.3.1 Pengertian Marketing Communication.....	18
II.3.2 Support Media	22
II.3.3 New Media.....	25

BAB III PELAKSANAAN MAGANG

III.1 Pengenalan Lingkungan Kerja.....	31
III.2 Kegiatan Selama Magang	32
III.3 Masalah Yang Ditemui Pada Unit Kerja.....	37
III.3.1 Masalah Kebijakan	37
III.3.2 Masalah Kegiatan Operasional.....	37

III.4 Penyebab Masalah	38
III.5 Pemecahan Masalah yang Disarankan	39
III.5.1 Pemecahan Masalah Kebijakan	39
III.5.2 Pemecahan Masalah Operasional	40

BAB IV PENUTUP

IV.1 Kesimpulan.....	42
IV.2 Saran.....	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA