

DAFTAR ISI

	Halaman
LAPORAN HASIL MAGANG.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RIWAYAT HIDUP KETUA.....	iii
RIWAYAT HIDUP ANGGOTA	iv
RIWAYAT HIDUP ANGGOTA	v
RIWAYAT HIDUP ANGGOTA	vi
RIWAYAT HIDUP ANGGOTA	vii
RINGKASAN.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Program <i>Sales Force</i>	2
1.3 Manfaat Program <i>Sales Force</i>	2
1.4 Ruang Lingkup	2
1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	2
1.5.1 Waktu Pelaksanaan.....	2
1.5.2 Tempat Pelaksanaan	3
BAB II	4
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1 Sejarah Perusahaan	4
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	5
2.3 Bidang Usaha/ Kegiatan Utama Perusahaan	5
2.4 Struktur Organisasi	7
BAB III.....	8
MAGANG <i>SALES FORCE</i> PEMASARAN.....	8
3.1 Kegiatan Magang.....	8
3.2 Permasalahan/Program Magang.....	9
3.2.1 Program 1 : <i>Digital Marketing Projsct</i> dan Layanan PMB.....	9

3.2.2 Program 2 : <i>Data Communication and Copywriting</i>	13
3.2.3 Program 3 : <i>Blasting and Video-photography</i>	16
3.2.4 Program 4 : <i>Content Planning, Design and Advertising</i>	20
3.2.5 Program 5 : <i>Live Event</i>	23
BAB IV	27
PEMBAHASAN	27
4.1 Landasan Teori.....	27
4.1.1 Pemasaran.....	27
4.1.2 Digital Marketing	27
4.2 Analisis Program.....	28
4.2.1 Analisis Program 1 : <i>Digital Marketing Projcet dan Layanan PMB</i> ...	29
4.2.2 Analisis Program 2 : <i>Data Communication and Copy Writing</i>	29
4.2.3 Analisis Program 3 : <i>Blasting and Video-fotography</i>	30
4.2.4 Analisis Program 4 : <i>Content Planning, Design, and Advertising</i>	31
4.2.5 Analisis Program 5 : <i>Live Event</i>	32
BAB V.....	34
SIMPULAN DAN SARAN	34
5.1 Simpulan	34
5.2 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	