

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
 BAB I .....	 1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	3
1.2 Tujuan Kerja Praktik.....	3
1.3 Manfaat Kerja Praktik.....	3
1.3.1 Secara Teoritis .....	3
1.3.2 Secara Praktis.....	3
1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan.....	3
1.4.1 Lokasi Pelaksanaan.....	3
1.4.1 Waktu Pelaksanaan .....	4
BAB II .....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	5
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	8
2.2.1 Fungsi Komunikasi Pemasaran .....	9
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3 Event Marketing .....	11
2.3.1 Definisi Event Marketing .....	11
2.3.2 Peran dan Fungsi Event Marketing .....	11
2.3.3 Jenis-Jenis Event Marketing.....	12
2.3.4 Tujuan Event Marketing .....	13
2.4 Event dan Sponsorship.....	13
2.4.1 Event .....	13
2.4.2 Sponsorship .....	14
2.5 Brand Image (Citra).....	16
 BAB III .....	 19
GAMBARAN UMUM .....	19
3.1 Sejarah Perusahaan .....	19
3.2 Visi dan Misi .....	19
3.2.1 Visi.....	19
3.2.2 Misi .....	20
3.3 Logo Perusahaan.....	20
3.4 Struktur Organisasi .....	21
3.5 Program Acara Cahaya Hati Indonesia .....	21

BAB IV .....	22
PEMBAHASAN .....	22
4.1 Gambaran Kegiatan Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek .....	22
4.2 Perbandingan Pelaksanaan Kegiatan Kuliah Kerja Praktek antara Teori dan Praktek .....	23
4.2.1 Teori .....	23
4.2.2 Praktek .....	23
4.3 Uraian Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek .....	24
4.4 Media Sosial.....	25
4.4.1 Twitter.....	25
4.4.2 Instagram .....	25
4.5 Evaluasi Proses Kerja.....	26
 BAB V .....	 27
PENUTUP .....	27
5.1 Kesimpulan.....	27
5.2 Saran.....	27
 DAFTAR PUSTAKA.....	 28
LAMPIRAN .....	29