

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTARTABELdan BAGAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Topik Laporan.....	2
1.3 Tujuan PKL.....	2
1.4 Manfaat PKL.....	3
1.5 Waktu dan Tempat PKL.....	4
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1 Pengertian Marketing Communication.....	5
2.2 Definisi Marketing.....	5
2.3 Tujuan Marketing.....	6
2.4 Fungsi Marketing.....	7
2.5 Definisi Monitoring.....	7
2.6 Peran Monitoring.....	8
2.7 Definisi Media Sosial.....	9
2.8 Peran Media Sosial.....	10
BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN TEMPAT PKL	
3.1 Sejarah Perusahaan.....	12
3.1.1 Sobotku.....	12
3.2 Gambaran dan Ruang Lingkup Perkejaan Perusahaan.....	12
3.3 Gambaran Unit Kerja Tempat PKL.....	13
3.4 Struktur Organisasi dan <i>Job-Desc</i>	13
3.5 Pelaksanaan Kegiatan PKL sesuai Perusahaan.....	14

BAB IV PEMBAHASAAN

4.1	Gambaran kegiatan mahasiswa selama PKL.....	15
4.2	Pembahasan Pelaksanaan Kegiatan PKL antara Teori dan praktek.....	16
4.2.1	Benchmark Aplikasi.....	20
4.2.1.1	<i>Product Name Transfer</i>	20
4.2.1.2	<i>Product Name Fee</i>	20
4.2.1.3	<i>Product Name Financial Management</i>	20
4.2.1.4	<i>Product Name New Feature</i>	21
4.3	Pembahasan Perbandingan Pelaksanaan Kegiatan PKL antara Teori dan Praktek.....	22

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	24
5.2	Saran.....	24
	DAFTAR PUSTAKA.....	25
	LAMPIRAN.....	27