

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR BAGAN	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Topik Laporan	2
1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan	2
1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan	3
1.4.1 Secara Teoritis.....	3
1.4.1 Secara Praktis	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Komunikasi	5
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	5
2.3 Marketing Public Relations.....	6
2.4 Peran Marketing Public Relations.....	7
2.5 Media Baru.....	8
2.6 Internet dan media sosial.....	8
2.6.1 Media Sosial.....	9
2.6.2 Fungsi Media Sosial.....	10
2.6.3 Jenis Media Sosial.....	10
2.6.4 Instagram.....	12
2.7 Content Creator	13
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	14

3.1	Tentang GazEgaz	14
3.2	Visi Misi GazEgaz	15
3.2.1	Visi.....	15
3.2.2	Misi	15
3.3	Tujuan Perusahaan GazEgaz.....	16
3.4	Nilai Perusahaan GazEgaz	16
3.5	Target Market GazEgaz	17
3.6	Logo GazEgaz.....	18
3.7	Maskot GazEgaz	19
3.8	Struktur Organisasi GazEgaz	20
3.9	Gambaran Struktur dan Job Desk GazEgaz.....	20
3.10	Pelaksanaan Kegiatan PKL di GazEgaz	21
BAB IV PEMBAHASAN		22
4.1	Kegiatan Praktik Kerja Lapangan di GazEgaz.....	22
4.1.1	Proses Melakukan Riset Konten	22
4.1.2	Proses Melakukan Mensortir Konten.....	23
4.1.3	Proses Membuat Design Pada Konten	24
4.1.4	Proses Memposting Konten di Instagram	26
4.1.5	Insight Konten di Instagram.....	27
4.2	Pembahasan Hasil Kuliah Kerja Praktik	28
BAB V PENUTUP		30
5.1	Kesimpulan.....	30
5.2	Saran.....	30

DAFTAR PUSTAKA	31
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	33
LAMPIRAN	34

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul