

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Bab. I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Laporan Penulisan.....	2
1.3. Kegunaan Laporan.....	2
1.4. Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan	3
Bab. II. Tinjauan Pustaka	4
2.1. Komunikasi	4
2.2. Public Relations	5
2.2.1. Strategi PR	8
2.3. Promosi	
2.3.1. Pengertian Promosi	9
2.3.2. Tujuan Promosi	10
2.3.3. Bauran Promosi	10
2.3.4. Strategi Promosi Melalui Merchandize....	11
2.4. Promosi Bagian Dari Komunikasi	13
2.5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	14
2.6. Kegiatan Promosi/Merchandize Yang Baik	15
Bab. III. Profil Perusahaan	16
3.1. Siapakah kami?	16
3.2. Sejarah Singkat	17

3.3. Maksud Kami	18
3.4. Visi & Misi	18
3.5. Peran dan Tugas Setiap Divisi	21
 Bab. IV. Pembahasan	 24
4.1. Bagian Promosi dan Penjualan	24
4.2. Tahap-Tahap Pencarian Barang	25
4.2.1. Tahap Perencanaan Pesan Promosi	27
4.2.2. Tahap Penentuan Barang-barang yang digunakan	28
4.2.3. Tahap Evaluasi	28
4.2.4. Tahap Eksekusi	29
4.3. Respon Masyarakat Mengenai Barang Promosi / Merchandize	29
4.4. Alasan Memilih Merchandize Sebagai Media Promosi.....	30
4.5. Kegiatan Penulis Selama PKL.....	30
 Bab. V. Penutup	 31
5.1. Kesimpulan	31
5.2. Saran	32
 Daftar Pustaka	 33
Daftar Riwayat Penulis	34
 Lampiran	