

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	7
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan.....	7
1.4 Lokasi dan Waktu Magang.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi	9
2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	10
2.3 Komunikasi Pemasaran dan Unsur Komunikasi Efektif.....	11
2.4 <i>Marketing Communication Mix</i>	13
2.5 <i>Digital Marketing and Content Marketing</i>	19
2.6 Media Sosial: Instagram.....	21
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN & URAIAN PELAKSANAAN MAGANG.....	26
3.1 Sejarah Singkat Ramen Sanpachi 38 & PT.Indo Berkah Selera...26	
3.1.1 Sejarah.....	26
3.1.2 Logo & Slogan.....	28
3.1.3 Fasilitas.....	28
3.2 Visi dan Misi.....	29
3.3 Struktur Organisasi PT. Indo Berkah Selera.....	30
3.4 Pelaksanaan Magang.....	31
BAB IV HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Uraian Hasil Magang.....	34
4.1.1 Uraian Hasil Magang Lingkup Operasional.....	37
4.2 Pembahasan.....	71
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Ramen 38 Sanpachi Gading Serpong Melalui Media Instagram.....	71
4.2.2 Uraian Penerapan Media Komunikasi Instagram Ramen 38 Sanpachi Gading Serpong.....	74

4.2.3 Uraian Pelaksanaan Aktivitas <i>Social Media Marketing</i> Ramen 38 Sanpachi Gading Serpong.....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	89
CURRICULUM VITAE	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Taksonomi Elemen Bauran Komunikasi Pemasaran...	19
Gambar 3.1 CEO Daisei Group, Daisei Takeya.....	27
Gambar 3.2 Logo Ramen Sanpachi 38.....	28
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Ramen 38 Sanpachi Gading Serpong.....	30
Gambar 4.1 <i>Icon Chef</i> dan Warna Brand Ramen 38 Sanpachi	42
Gambar 4.2 Biografi @ramen38_gadingserpong per November 2021.....	43
Gambar 4.3 Biografi @ramen38official per November 2021	44
Gambar 4.4 Konten Kampanye 17 Agustus Hari Kemerdekaan.....	57
Gambar 4.5 Konten Promo Bulanan.....	58
Gambar 4.6 Konten <i>Food Review</i>	59
Gambar 4.7 Konten <i>Ajakan Review</i>	60
Gambar 4.8 Konten informasi penjualan produk secara <i>Online</i>	61
Gambar 4.9 Konten informasi terbaru <i>Updated News</i>	62
Gambar 4.10 Konten foto makanan andalan Ramen 38 Sanpachi.....	63
Gambar 4.11 Konten untuk menarik <i>engagement customers</i>	64
Gambar 4.12 Konten suasana restoran.....	66
Gambar 4.13 Konten Hari Natal 2021 dan Tahun Baru 2022.....	67
Gambar 4.14 <i>Food Blogger</i> : @gadingserpong_kuliner.....	77
Gambar 4.15 <i>Share</i> konten “Mager tapi Laper..” mencapai 15 <i>Shares</i>	78
Gambar 4.16 <i>Insight Overview</i> Oct 18 – Nov 16 2021.....	79
Gambar 4.17 Tampilan <i>Instagram</i> @ramen38_gadingserpong.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Analisis SWOT Ramen 38 Sanpachi Gading Serpong	41
Tabel 4.2 Tabel Analisis STP Ramen 38 Sanpachi Gading Serpong.....	44
Tabel 4.3 Tabel Analisa Konten Kompetitor... ..	49



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan Magang	A-1
Surat Pengantar Magang (UPH)	A-3
Surat Keterangan Balasan Perusahaan.....	A-4
Surat Bukti Penerimaan Magang.....	A-5
Lembar Monitoring Magang	A-6
Daftar Informasi Penempatan Magang.....	A-9
Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Pemegang.....	A-10
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan.....	A-11
Angket Program Magang UPH untuk Pemegang.....	A-12
Surat Keterangan/Sertifikat sebagai Bukti Magang.....	A-13
Turn It in.....	A-14
Curicullum Vitae.....	A-15

