

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.....	x-xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Tujuan Magang.....	7
I.3 Ruang Lingkup dan Batasan.....	7
I.4 Lokasi dan Waktu Magang.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Pengertian Komunikasi	10
II.2 <i>Integrated Marketing Communications</i>	13
II.2.1 Pengertian <i>Integrated Marketing Communications</i>	13
II.2.2 <i>Marketing Communication Mix</i>	15
II.3 <i>Brand</i>	16
II.3.1 Pengertian <i>Brand</i>	16
II.3.2 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	17
II.3.3 Pengertian <i>Brand Activation</i>	18
II.3.4 Tujuan <i>Brand Activation</i>	18
II.3.5 Jenis-Jenis <i>Brand Activation</i>	19

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PELAKSANAAN MAGANG

III.1 Sejarah Perusahaan	21
III.2 Visi Perusahaan.....	28
III.3 Misi Perusahaan	28
III.4 Nilai-Nilai Perusahaan	28
III.5 Logo Perusahaan	29
III.6 Struktur <i>Marketing Communications</i>	30
III.7 Tugas dan Tanggung Jawab Pemagang.....	33

BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN

IV.1 Uraian Magang	35
IV.1.1 Uraian Pelaksanaan Magang : Lingkup Operasional.....	38
IV.2 Pembahasan	51
IV.2.1 Pengertian Komunikasi dan Model Komunikasi dalam Divisi <i>Marketing Communications Ralali.com</i>	52
IV.2.2 Penerapan IMC dan <i>Marketing Mix</i> dalam Divisi <i>Marketing Communications Ralali.com</i>	54
IV.2.3 <i>Brand</i>	56
IV.2.3.1 Pengertian <i>Brand</i>	56
IV.2.3.2 <i>Brand Awareness</i>	57
IV.2.3.3 <i>Brand Activation</i>	57
IV.2.3.4 Tujuan <i>Brand Activation</i>	58
IV.2.3.5 Jenis-Jenis <i>Brand Activation</i>	60

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan	66
V.2 Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Ralali sebagai <i>B2B Marketplace</i>	2
Gambar 1.2	Grafik Popularitas <i>e-commerce</i> B2B oleh responden di Indonesia..	5
Gambar 1.3	Diagram responden yang mengetahui dan tidak mengetahui B2B <i>e-commerce</i>	5
Gambar 2.1	Model Proses Komunikasi.....	12
Gambar 2.2	Model Komunikasi Transaksional menurut Barnlund	13
Gambar 3.1	Struktur Organisasi divisi <i>Marketing Communications</i> Ralali.com	33
Gambar 3.2	Lingkupan Kerja bagian <i>Marketing Communications</i> Ralali.com.	34
Gambar 4.1.1	Pemegang bersama divisi <i>Marketing Communications</i>	40
Gambar 4.1.2	Tabel <i>Monthly Plan Marketing Communications</i> Ralali.com	40
Gambar 4.2.1	Poster acara <i>Paper One</i> Ralali.com di B'Steak Gading Serpong ...	42
Gambar 4.2.2	Poster acara <i>Coffee Journey</i> Ralali.com dengan Caturra Espresso di Surabaya pada tanggal 22 Juli 2018	44
Gambar 4.2.3	Poster <i>Workshop</i> Kuliner Ralali di Le Semar Hotel, Serang, Banten pada tanggal 14 Agustus 2018.....	46
Gambar 4.2.4	Poster acara <i>E-biz Talk</i> Ralali.com dengan SAP Express Logistic di Graha Niaga Thamrin, Jakarta Pusat	50
Gambar 4.2.5	Pemegang bersama panitia acara SAP Express dan Ralali.com	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Permohonan Ijin Magang	A-1
Surat Keterangan diterima Magang	A-2
Surat Keterangan Kerja Magang dari Ralali.com	A-3
Lembar Monitoring Pembimbing Magang.....	A-4
Jurnal Kegiatan Harian Magang.....	A-5
Formulir Pengajuan Mengikuti Program Magang	A-6
Informasi Tempat Magang	A-7
Uraian Tugas Pemegang	A-8
Daftar Evaluasi Kinerja Pemegang Tahap Awal	A-9
Daftar Evaluasi Kinerja Pemegang Tahap Akhir.....	A-10
Angket Pendapat Perusahaan Mengenai Program Magang	A-11
Angket Pendapat Pemegang Mengenai Program Magang.....	A-12

LAMPIRAN B

<i>Database venue</i> dalam <i>microsoft excel</i> yang dibuat oleh pemegang.....	B-1
<i>Database</i> peserta yang harus dihubungi dalam <i>microsoft excel</i>	B-2
<i>Link</i> pendaftaran bagi peserta untuk registrasi <i>online</i> untuk seminar Paper One	B-3
Surat <i>canvassing</i> peserta, <i>event</i> Ralali.com dan Paper One, 15 Agustus 2018.....	B-4
<i>Gimmick</i> Ralali.com untuk <i>event</i>	B-5
Pemegang saat menjadi panitia registrasi dalam <i>event</i> Ralali.com dan Paper One di B'Steak Gading Serpong pada 15 Agustus 2018	B-6
Contoh <i>venue</i> di B'Steak Gading Serpong saat pengecekan <i>venue</i>	B-7
Pemegang berfoto bersama divisi <i>marketing komunikasi</i> Ralali.com	B-8
Contoh <i>invoice</i> untuk pembicara yang dibuat oleh pemegang.....	B-9
Brosur <i>event</i> Ralali.com dengan nama pemegang sebagai <i>RSPV</i>	B-10