

DAFTAR ISI

HALAMAN SCAN KTM	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat	8
1.4.1 Bagi Perusahaan.....	8
1.4.2 Bagi Penulis	8
1.4.3 Bagi Pembaca	8
1.5 Rencana Kegiatan Praktik Kerja Lapangan	8
1.5.1 Subyek Praktik Kerja Lapangan	9
1.5.2 Obyek Praktik Kerja Lapangan	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1 Sejarah Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur	11
2.1 Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur.....	14
2.1.1 Visi.....	14
2.1.2 Misi	14
2.2 Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur	16
2.3 Layanan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur	17
BAB III PEMBAHASAN	19
3.1 Landasan Teori.....	19
3.1.1 Pemasaran.....	19
3.1.2 Komunikasi Pemasaran	20
3.1.3 Promosi	21
3.1.4 <i>Advertising</i>	24
3.1.5 Leaflet	28

3.2 Sumber Data.....	31
3.2.1 Metode Penelitian	31
3.2.2 Prosedur Pengumpulan Data	32
3.3 PROMOSI MELALUI <i>LEAFLET</i> SEBAGAI KOMUNIKASIPEMASARAN PRODUK BATIK YANG DILAKUKAN OLEH GALERI BATIK JAWA TIMUR MILIK DINAS KOPERASI & UKM PROVINSI JAWA TIMUR.....	33
3.3.1 Produk Batik di Galeri Batik Jawa Timur Milik Dinas Koperasi Provinsi Jawa Timur	33
3.3.2 Media promosi produk batik di Galeri Batik Jawa Timur yang digunakan oleh Dinas Koperasi Provinsi Jawa Timur.....	34
3.3.3 Penggunaan iklan melalui media <i>leaflet</i> dalam kegiatan promosi Produk batik oleh Dinas Koperasi Provinsi Jawa Timur	35
3.3.4 Fungsi leaflet yang di gunakan Dinas Koperasi Provinsi Jawa Timur ..	36
3.3.5 Ciri – ciri <i>leaflet</i> yang digunakan Dinas Koperasi Provinsi Jawa Timur	38
3.3.6 Hasil Wawancara	40
BAB IV PENUTUP	42
4.1 Kesimpulan	42
4.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	46