

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SCAN KTM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	4
1.4.1 Bagi Perusahaan	4
1.4.2 Bagi Penulis	4
1.4.3 Bagi Pembaca	4
1.5 Rencana Kegiatan Praktik Kerja Lapangan.....	5
1.5.1 Subyek Praktik Kerja Lapangan	5
1.5.2 Obyek Praktik Kerja Lapangan.....	5
BAB II SEJARAH PERUSAHAAN.....	7
2.1 . Sejarah Perusahaan.....	7
2.2. Visi, Misi dan Budaya Kerja PT PAL Indonesia (Persero)	9
2.3 Deskripsi Geografis dan Administratif.....	10
2.4 Logo Perusahaan.....	11
2.5 Produk Kapal Niaga	11
2.6 PRODUK KAPAL CEPAT & KAPAL KHUSUS	12
2.7 PRODUK JASA HARKAN	13
2.8 REKAYASA UMUM.....	13
2.9 PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA	13
2.10 PENGEMBANGAN MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN	14
2.11 Spesifikasi Produk	15
BAB III PEMBAHASAN	22
3.1 Landasan Teori	22
3.1.1 Manajemen Pemasaran	22
3.1.2 Komunikasi Pemasaran	22

3.1.3 Komunikasi Pemasaran	23
3.1.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	23
3.1.2.3 Karakteristik Bauran Komunikasi Pemasaran	24
3.1.2.4 Bagan Komunikasi Pemasaran.....	27
3.1.2.5 Promosi	28
3.1.2.7 Strategi Pemilihan Media.....	30
3.1.2.8 Brosur	31
3.1.2.9 Kriteria Brosur	33
3.2 Metode penelitian.....	33
3.2.1 Jenis penelitian.....	33
3.2.2 Sumber Data.....	33
3.2.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	34
3.3 Pembahasan.....	35
3.3.1 Produk PT. PAL Indonesia.....	35
3.3.2 Media Informasi Produk Kapal Perang PT. PAL Indonesia.....	36
3.3.3 Penggunaan Brosur Sebagai Sarana Penyampaian Informasi Kepada Konsumen Yang Dilakukan Oleh PT. PAL Indonesia	36
3.3.4 Fungsi Brosur Yang di Gunakan Oleh PT. PAL Indonesia.....	36
3.4 Analisi Brosur	38
BAB IV KESIMPULAN dan SARAN.....	41
4.1 Kesimpulan.....	41
4.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN-LAMPIRAN	44