

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan.....	6
1.5 Manfaat.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6
1.6 Pelaksanaan.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	10
2.1 Profile Umum Perusahaan.....	10
2.2 Sejarah Perusahaan.....	10

2.3 Visi Perusahaan.....	14
2.4 Misi Perusahaan.....	15
2.5 Nilai-Nilai Perusahaan.....	15
2.6 Produk Lawang Agung.....	16
2.7 Struktur Perusahaan.....	17
<b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>	<b>21</b>
3.1 Media.....	21
3.2 Promosi.....	22
3.3 Media Promosi.....	23
3.4 Fungsi Media.....	23
3.4.1 Informing.....	23
3.4.2 Persuading.....	24
3.4.3 Reminding.....	24
3.4.4 Adding Value.....	24
3.4.5 assisting.....	24
3.5 Desain.....	25
3.6 Lay Out.....	27
3.7 Pemanfaatan Promosi Melalui Media Cetak Brosur.....	29
<b>BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 Proses dan Aktifitas Pengembangan Sosial.....	31
4.1.1 Konsep serta Pengambilan Data.....	31

4.1.2 Proses Desain.....	31
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>46</b>
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

