

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penulisan	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.4.1. Bagi Penulis	4
1.4.2. Bagi Perusahaan	4
1.4.3. Bagi Pembaca	4
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN	6
2.1. Kondisi Umum	6
2.1.1. Sejarah Perusahaan	6
2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	7
2.1.3. Produk dan Layanan/Fasilitas	7
2.2. Studi Literatur	11
2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran	11

2.2.2. Pengertian Bauran Promosi	11
2.2.3. Pengertian Promosi	11
2.2.4. Komponen Bauran Promosi.....	12
2.3. Metode Penulisan.....	14
2.4. Jenis dan Sumber Data.....	15
2.5. Alat Ukur.....	15
BAB III PEMBAHASAN	17
3.1. Analisis Deskriptif	17
3.1.1. Gambaran Umum Divisi <i>Marketing Communication (Marcomm)</i> ..	17
3.1.2. Bentuk Usaha Divisi <i>Marketing Communication (Marcomm)</i> Dalam Menarik Pengunjung.....	21
3.2. Pembahasan	25
3.2.1. Media Promosi Cetak	26
3.2.2. Media Promosi Elektronik	31
3.2.3. Dekorasi Mall.....	36
3.2.4. Program Rutin	37
3.2.5. <i>Event</i>	39
3.2.6. Pameran/Eksehibisi	42
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	44
4.1. Kesimpulan	44
4.2. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Divisi <i>Marketing Communication</i>	17
Gambar 3.2 Contoh Kegiatan Promosi Melalui Instagram	22
Gambar 3.3 Dokumentasi Saat <i>Launching</i> Jogja City Mall <i>Megazine</i> Edisi Maret-April 2016	22
Gambar 3.4 Dekorasi Pada Meja <i>Customer Service</i> bulan Februari	23
Gambar 3.5 Dokumentasi Penyerahan <i>Voucher</i> kepada Pemenang <i>Monday Shopping Voucher</i>	23
Gambar 3.6 Dokumentasi <i>Event Meet And Greet</i> Isyana Sarasvati	24
Gambar 3.7 Salah Satu <i>Venue</i> Pameran <i>Fashion</i>	25
Gambar 3.8 Informasi Mengenai <i>Tenant</i> Baru.....	28
Gambar 3.9 Salah Satu Bentuk Rubrik Social Media.....	29
Gambar 3.10 Bentuk <i>Tenant Promotion</i>	30
Gambar 3.11 Tampilan <i>Website</i> Jogja City Mall	31
Gambar 3.12 Grafik Jumlah “ <i>Likes</i> ” Akun <i>Facebook</i> JCM dengan Mal Lain Di Yogyakarta	32
Gambar 3.13 Halaman Akun <i>Facebook</i> Jogja City Mall	33
Gambar 3.14 Halaman Akun <i>Twitter</i> Jogja City Mall.....	34
Gambar 3.15 Grafik Jumlah Pengikut <i>Twitter</i>	34
Gambar 3.16 Halaman Akun <i>Instagram</i> Jogja City Mall.....	35
Gambar 3.17 Salah Satu Postingan <i>Event</i> Jogja City Mall di <i>Instagram</i>	35
Gambar 3.18 Grafik Jumlah Pengikut <i>Instagram</i>	36
Gambar 3.19 Poster Penawaran <i>Privilege Card</i>	37
Gambar 3.20 <i>Monday Shopping Voucher</i>	38
Gambar 3.21 <i>Live Music</i> Sebagai <i>Event</i> <i>Reguler</i>	40
Gambar 3.22 Grafik Peningkatan Pengunjung	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Cover Majalah Edisi Jan – Feb 2016 dan Mar – Apr 2016.....	49
Lampiran 2. Dokumentasi Dekorasi Mall Bulan Februari 2016	50
Lampiran 3. Keuntungan Diskon Menggunakan Privelege Card.....	51
Lampiran 4. Kalender Event	52
Lampiran 5. Event-event Khusus	53
Lampiran 6. Bentuk Kegiatan Pameran Dalam Jogja City Mall	54
Lampiran 7. Transkrip Hasil Wawancara	54