

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Lingkup Penugasan	3
1.3 Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Bagi Mahasiswa	4
1.3.2 Bagi Perusahaan	4
BAB II	5
PROFIL PERUSAHAAN	5
2.1 Profil Singkat Perusahaan	5
2.2 Logo Perusahaan	6
2.3 Lokasi Perusahaan	7
2.4 Visi, Misi dan Strategi Perusahaan	7
2.4.1 Visi EduAlecta	7
2.4.2 Misi EduAlecta	7
2.5 Struktur Organisasi	8
BAB III	9
TEORI DASAR	9
3.1 Strategi Public Relations	9
3.2 PR Event	10
3.3 Brand Identity	11
BAB IV	12

PELAKSANAAN PROGRAM MBKM	12
4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan MBKM	12
4.2 Pelaksanaan MBKM.....	13
BAB V.....	16
HASIL PELAKSANAAN PROGRAM MBKM	16
5.1 Persiapan.....	16
5.2 Analisis Persaingan Bisnis.....	16
5.2.1 PEST Analysis.....	16
5.2.2 The External and Internal Factor Evaluation	17
5.2.3 Porter Generic Internal Value Chain	18
5.2.4 SWOT Analysis: Matching Process	18
5.3 Laporan Perkembangan Start-Up	19
5.3.1 Value Proposition Canvas	19
5.3.2 Assumption Map	20
5.3.3 Javelin Experiment Board	21
5.3.4 User Persona Canvas Guru dan Siswa	22
5.3.5 Menetapkan Segmentasi Pasar	23
5.3.6 Analisis Riset Pasar	23
5.3.7 Pengelolaan Media Sosial	24
5.4 Validasi Model Bisnis.....	29
5.4.1 Desirability Hypothesis	29
5.4.2 Feasibility Hypotesis	30
5.4.3 Viability Hypothesis.....	30
5.4.4 Prioritize Hypothesis	31
5.4.5 Riskiest Hypothesis	31
5.5 Test Card Hipotesis.....	32
5.6 Melakukan Uji Coba.....	33
5.7 Perancangan PR <i>Event</i> “Alecation 1.0”	34
5.7.1 Menetapkan Timeline Event	34
5.7.2 Menetapkan Timeline Pemasaran.....	35
5.7.3 Rancangan Anggaran Biaya	36
5.7.4 Rundown Acara “Alecation 1.0”	37
5.7.5 Pelaksanaan PR Event	38
BAB VI.....	39

SIMPULAN DAN SARAN.....	39
6.1 Kesimpulan.....	39
6.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	42