

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	14
1.3. Tujuan Perancangan	16
1.4. Alasan Pemilihan Judul	17
1.5. Manfaat Perancangan	18
 BAB II. KERANGKA PEMIKIRAN	 19
2.1. Landasan Teori	19
2.1.1. Public Relations	19
2.1.1.1. Definisi Public Relations	19
2.1.1.2. Tujuan Public Relations	20
2.1.1.3. Fungsi Public Relations	22
2.1.1.4. Strategi Public Relations	24
2.1.1.5. Manajemen Public Relations	29
2.1.1.6. Penggunaan Teknologi dalam Public Relations	32
2.1.1.7. Pengelolaan Hubungan Klien	35
2.1.2. Iklan Layanan Masyarakat	38
2.1.2.1. Definisi Iklan Layanan Masyarakat	38
2.1.2.2. Kriteria Iklan Layanan Masyarakat	40
2.1.2.3. Jenis Iklan Layanan Masyarakat	41
2.1.2.4. Fungsi Iklan Layanan Masyarakat	43
2.1.2.5. Elemen Iklan Layanan Masyarakat	45
2.1.2.6. Tahapan Produksi Iklan Layanan Masyarakat	55
2.1.3. Instagram	58
2.2. Referensi Karya	62
 BAB III. KONSEP PERANCANGAN	 66
3.1. Tujuan Komunikasi	66
3.2. Strategi Komunikasi	66
3.3. Analisis Spesifikasi Program	68

3.3.1. Deskripsi Program	68
3.3.2. Konsep Eksekusi Program	69
3.3.3. Alasan Pemilihan Karya	71
3.3.4. Gambaran Isi Pesan dan Media Promosi	72
3.4. Konsep Perancangan	75
3.4.1. Rencana Pra Produksi	75
3.4.1.1. Rencana Wawancara	75
3.4.1.2. Gambar yang Dibutuhkan	76
3.4.1.3. Jadwal Produksi Keseluruhan	77
3.4.1.4. Rencana Anggaran Biaya	78
3.4.1.5. Rancangan Elemen Pesan dan Layout	78
3.4.2. Rencana Produksi	80
3.4.2.1. SOP Pengerjaan Karya	80
3.4.2.2. Konsep Pembagian Job Description	80
3.4.2.3. Teknik Pembuatan Karya	81
3.4.2.4. Perangkat/Peralatan yang Digunakan	85
3.4.3. Rencana Pasca Produksi (Distribusi Konten)	86
BAB IV. ANALISIS PROSES	87
4.1. Deskripsi Program	87
4.2. Analisis Proses Produksi	88
4.2.1. Proses Pra-Produksi	89
4.2.1.1. Inisiasi dengan PT Kereta Commuter Indonesia	89
4.2.1.2. Pengumpulan Data Awal	92
4.2.2. Proses Produksi	98
4.2.2.1. Produksi Iklan Layanan Masyarakat	98
4.2.2.2. Uji Publik	101
4.2.2.3. Presentasi Rancangan Awal Kepada Mitra	105
4.2.2.4. Rancangan Akhir dan Persetujuan Mitra	107
4.2.2.5. Publikasi Iklan Layanan Masyarakat	110
4.2.3. Proses Pasca Produksi	112
4.2.4. Kendala dan Pemecahan	113
4.3. Analisis Hasil Produksi	114
BAB V. PENUTUP	123
5.1. Simpulan	123
5.2. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	xx