

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan Perancangan	7
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	8
1.5 Manfaat Perancangan	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Komunikasi	10
2.2 Media Komunikasi	15
2.2.1 Fungsi Media Komunikasi.....	19
2.2.1.1 Efektifitas	19
2.2.1.2 Efisiensi	19
2.2.1.3 Konkrit	19
2.2.1.4 Motivatif	19
2.2.2 Jenis-Jenis media komunikasi	19

2.2.3	Karakteristik Media Komunikasi	20
2.2.4	Model pemrosesan informasi heuristik-sistematis (HSM)	21
2.3	Public Relations	22
2.3.1	Tujuan Public relations	25
2.3.2	Fungsi <i>Public relations</i>	27
2.3.3	Ruang Lingkup <i>Public relations</i>	29
2.3.3.1	<i>Publication & Publicity</i>	29
2.3.3.2	<i>Events</i>	29
2.3.3.3	<i>News</i>	30
2.3.3.4	<i>Community Involvement</i>	30
2.3.3.5	<i>Identity Media</i>	30
2.3.3.6	<i>Lobbying</i>	31
2.3.3.7	<i>Social Investment</i>	31
2.3.4	Media <i>Public relations</i>	33
2.3.4.1	<i>Press Release</i>	34
2.3.4.2	<i>Newsletter</i>	34
2.3.4.3	<i>Company Profile</i>	34
2.3.4.4	Iklan	35
2.4.	Iklan.....	35
2.4.1	Jenis-Jenis Iklan dan berdasarkan sifatnya	36
2.4.1.1	Iklan Informasi	36
2.4.1.2	Iklan Persuasi.....	36
2.4.1.3	Iklan Pengingat (<i>Reminder</i>).....	36
2.4.1.4	Iklan Komersial	37
2.4.1.5	Iklan Non Komersial	37
2.4.2	Strategi Kreatif Iklan	37
2.4.2.1	Pendekatan Isi Pesan	38
2.4.2.2	<i>What To Say</i>	38
2.4.2.3	<i>How To Say</i>	38
2.5	Iklan Layanan Masyarakat (ILM)	39
2.5.1	Tujuan Iklan Layanan Masyarakat	41

2.5.2	Kriteria Iklan Layanan Masyarakat.....	42
2.5.3	Tahapan Pembuatan ILM.....	42
2.5.3.1	Tahap Pra Produksi.....	42
2.5.3.2	Penetapan Ide Cerita.....	43
2.5.3.3	Penuangan Ide dalam Bentuk Naskah (<i>Script</i>).....	43
2.5.3.4	Pembuatan <i>Storyboard</i>	43
2.5.3.5	Tahap produksi	43
2.5.3.6	Tahap <i>Pasca</i> produksi	44
2.6	Audio Visual	44
2.6.1.	Definisi Audio Visual.....	44
2.7	Peran Konseptor	45
2.8	Aplikasi PolisiKu	46
2.8.1	Fitur Aplikasi PolisiKu	47
2.8.2.	Exploring Aplikasi PolisiKu	51
2.8.3	Strategi Kreatif ILM Aplikasi PolisiKu	52
2.9	Referensi Karya.....	52
BAB III	KONSEP PERANCANGAN	58
3.1	Tujuan Komunikasi.....	58
3.2	Strategi Komunikasi	59
3.2.1	Memanfaatkan Media Massa.....	59
3.2.2	Menggunakan Media Sosial.....	59
3.2.3	Mengutamakan Komunikasi Informatif.....	60
3.2.4	Menyematkan Data.....	60
3.2.5	Menggunakan Perencanaan Matang	61
3.2.6	Menggunakan Simpati	61
3.2.7	Menunjukkan Sikap Penerimaan	61
3.2.8	Memberikan Kesan (<i>Impression</i>).....	62
3.3	Analisa Spesifikasi Program	62
3.3.1	Deskripsi Program	62
3.3.2	Konsep Eksekusi Karya.....	64

3.3.3 Alasan Pemilihan Karya.....	65
3.4 Konsep.....	66
3.4.1 Konsep Perancangan	66
3.4.1.1 <i>Variation on Object</i>	66
3.4.1.2 Rubrikasi Program.....	66
3.4.1.3 <i>Backsound</i>	67
3.4.1.4 <i>Cutting on Beat</i>	67
3.4.2 Rencana Pra Produksi	67
3.4.2.1 Interpretasi Skenario (<i>script conference</i>).....	67
3.4.2.2 Pemilihan <i>Crew</i>	68
3.4.2.3 <i>Casting</i>	68
3.4.2.4 Latihan/ <i>rehearsal</i>	68
3.4.2.5 <i>Hunting</i>	69
3.4.2.6 Praproduksi <i>Final (Final Preproduction)</i>	69
3.4.3. Rencana Produksi.....	84
3.4.3.1 <i>Camera Angle</i>	84
3.4.3.2 <i>Composition</i>	85
3.4.3.3 <i>Cutting</i>	85
3.4.3.4 <i>Continuity</i>	85
3.4.3.5 Unsur Visual (<i>Visual Element</i>).....	86
3.5 <i>Pasca</i> Produksi.....	89
3.6 <i>Jobdesk</i>	90
BAB IV ANALISIS PROSES	91
4.1 Profil Program Yang Diproduksi	91
4.2 Analisis Proses Produksi	92
4.2.1 Proses Pra Produksi.....	93
4.2.2 Proses Produksi.....	99
4.2.2 Proses <i>Pasca</i> Produksi.....	103
4.3 Analisis Hasil Produksi	105

BAB V	PENUTUP	110
	5.1 Kesimpulan	110
	5.1 Saran.....	111
	5.2.1 Saran Akademis.....	111
	5.2.1 Saran Praktis	112
	DAFTAR PUSTAKA	113
	LAMPIRAN.....	116



UNIVERSITAS
MERCU BUANA