

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.3 Tujuan Perancangan .....	8
1.3.1 Tujuan khusus:.....	8
1.3.2 Tujuan umum.....	9
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	10
1.5 Manfaat Perancangan .....	11
1.5.1 Manfaat Akademis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b> .....	13
2.1 Komunikasi .....	13
2.2 Konsep Dasar Media Komunikasi .....	18
2.2.1 Definisi Media.....	18
2.2.2 Fungsi Media Komunikasi ;.....	19
2.2.3 Jenis-Jenis Media.....	20
2.3 Public Relations.....	21
2.3.1 Tujuan Public Relations.....	24
2.3.2 Fungsi Public Relations .....	25

2.3.3 Ruang Lingkup Public Relations .....	26
2.3.4 Peran Public Relation .....	29
2.3.5 Media Public Relations.....	30
2.3.5.1 <i>Press Release</i> .....	31
2.3.5.2 <i>Newsletter</i> .....	31
2.3.5.3 <i>Company Profile</i> .....	31
2.3.5.4 Iklan .....	32
2.4 Iklan.....	32
2.4.1 Jenis-Jenis Iklan.....	32
2.4.1.1 Iklan Informasi .....	33
2.4.1.2 Iklan Persuasi.....	33
2.4.1.3 Iklan Pengingat (Reminder) .....	33
2.4.2 Jenis-Jenis Iklan berdasarkan sifatnya.....	33
2.4.2.1 Iklan Komersial .....	33
2.4.2.2 Iklan NonKomersial .....	34
2.4.3 Strategi Kreatif Iklan .....	34
2.4.3.1 Pendekatan Isi Pesan .....	35
2.4.3.2 <i>What To Say</i> .....	35
2.4.3.3 <i>How To Say</i> .....	35
2.5 Iklan Layanan Masyarakat (ILM) .....	36
2.5.1 Tujuan Iklan Layanan Masyarakat .....	38
2.5.2 Kriteria Iklan Layanan Masyarakat .....	39
2.6 Audio Visual .....	39
2.6.1 Definisi Audio Visual .....	39
2.6.2 Fungsi Audio Visual .....	41
2.6.3 Karakteristik Audio Visual .....	41
2.7 Aplikasi PolisiKu .....	42
2.7.1 Fitur Aplikasi PolisiKu .....	42
2.7.2 Exploring Aplikasi PolisiKu .....	46
2.7.3 Strategi Kreatif ILM Aplikasi PolisiKu .....	47
2.8 Evaluasi .....	48

2.8.1 Manfaat Evaluasi.....	50
2.8.2 Tahapan evaluasi.....	51
2.8.3 Jenis-Jenis Evaluasi.....	52
2.9 AIDA ( <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> ) .....	54
2.10 Referensi Karya.....	56
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>61</b>
3.1 Tujuan Komunikasi.....	61
3.2 Strategi Komunikasi.....	62
3.2.1 Memanfaatkan Media Massa.....	62
3.2.2 Menggunakan Media Sosial .....	63
3.2.3 Mengutamakan Komunikasi Persuasif .....	63
3.2.4 Menyematkan Data.....	64
3.2.5 Menggunakan Perencanaan Matang.....	64
3.2.6 Menggunakan Simpati .....	65
3.3 Analisa Spesifikasi Program .....	65
3.3.1 Deskripisi Program .....	65
3.3.2 Konsep Eksekusi Karya.....	67
3.3.3 Alasan Pemilihan Karya .....	68
3.3.4 Gambaran Isi Pesan dan Media Promosi .....	69
3.4 Konsep Perancangan .....	69
3.4.1. Rencana Pra Produksi .....	69
3.4.1.1 Jadwal Produksi secara keseluruhan .....	71
3.4.1.2 Rencana anggaran biaya ( <i>Budgeting</i> ).....	72
3.4.2 Rencana Produksi.....	73
3.4.2.1 Teknik pengumpulan data .....	73
3.4.2.2 Lokasi, Tempat, dan Waktu .....	75
3.4.2.3 Instrumen Pengumpulan data.....	75
3.4.2.4 Teknik Analisis Data.....	76
3.4.3 Rencana Pasca Produksi.....	78

