

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.3 Tujuan Perancangan	5
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	6
1.5 Manfaat Pemilihan Judul.....	6
1.5.1 Manfaat Akademis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Fungsi Komunikasi	9
2.2 <i>Public Reations</i>	10
2.2.1 Tujuan <i>Public Relations</i>	11
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	13
2.2.3 Tugas <i>Public Relations</i>	17
2.2.4 Strategi <i>Public Relations</i>	21
2.2.5 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	24
2.3 Media Komunikasi	27
2.4 Komunikasi Visual.....	28
2.4.1 Desain Komunikasi Visual	29
2.4.2 Unsur-Unsur Visual	30

2.5 Internet	37
2.6 Website	37
2.6.1 Jenis-Jenis Website.....	38
2.7 Publikasi.....	38
2.7.1 Unsur-Unsur Publikasi.....	39
2.7.2 Fungsi Proses Publikasi	40
2.7.3 Prinsip-Prinsip Dasar Proses Publikasi	42
2.7.4 Elemen-Elemen Model Komunikasi.....	43
2.7.5 Tahapan Proses Publikasi	45
2.8 Media Publikasi	58
2.9 Analisis SWOT	59
BAB III KONSEP PERANCANGAN	61
3.1 Tujuan Komunikasi.....	61
3.2 Strategi Komunikasi.....	62
3.3 Analisa Spesifikasi Program	63
3.4 Konsep Perancangan	70
3.4.1 Rencana Pra Produksi	71
3.4.2 Rencana Produksi.....	79
3.4.3 Rencana Pasca Produksi	88
BAB IV ANALISIS PROSES.....	90
4.1 Deskripsi Program	90
4.2 Analisis Proses Produksi	92
4.3 Analisis Hasil Produksi.....	108
BAB V PENUTUP	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	120
5.2.1 Saran Akademik	120
5.2.2 Saran Praktik	120
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	