

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Fokus Perancangan	4
1.4 Tujuan Karya	5
1.5 Manfaat Karya	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori.....	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	7
A. <i>Integrated Marketing Communication Tools</i>	7
1) <i>Direct Marketing</i>	7
2) <i>Sales Promotion</i>	8
3) <i>Public Relation</i>	8
4) <i>Personal Selling</i>	8
5) <i>Advertising</i>	8
6) <i>Word of Mouth Marketing (WOM)</i>	8
7) <i>Events and Experiences</i>	9
8) <i>Interactive Marketing</i>	9
2.1.3 <i>Event</i>	9
2.1.4 <i>Event Management</i>	9
A. <i>Karakteristik Event</i>	11

2.2 Referensi Karya	12
2.2.1 The Amazing Race.....	12
2.2.2 Mission X.....	13
2.2.3 Running Man	13
BAB III METODE DAN KONSEP.....	14
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	14
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	14
3.1.2 Objek Perancangan Karya.....	14
3.2 Metode Pengumpulan Data	14
3.3 Analisis Permasalahan	15
3.4 Konsep Komunikasi.....	16
3.4.1 Media Komunikasi.....	16
3.4.2 Jenis atau Format Perancangan Karya	16
3.4.3 Strategi Pesan.....	17
3.5 Konsep Kreatif.....	18
3.5.1 Judul.....	18
3.5.2 <i>Concept Plan</i>	18
3.5.3 <i>Rundown Program</i>	21
3.5.4 Konsep Visual.....	21
3.6 Skema Perancangan	22
3.6.1 Tahapan Produksi.....	23
3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi.....	24
3.6.3 Daftar Tim & Penugasan.....	24
3.6.4 Biaya Produksi.....	27
BAB IV HASIL KARYA	31
4.1 Proses Perancangan Karya.....	31
4.1.1 Research.....	31
4.1.2 Design	31
4.1.3 Planning	32
4.1.4 Coordination	32
4.1.5 Evaluation	33
4.2 Pembahasan Hasil Karya.....	33
4.2.1 Research.....	33
4.2.2 Design	36
4.2.3 Planning	36

4.2.4 Coordination	37
4.2.5 Evaluation	38
BAB V PENUTUP.....	39
5.1 Kesimpulan Karya	39
5.2 Saran	39
5.2.1 Saran Akademis	39
5.2.2 Saran Praktis	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	43