

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Pengesahan	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Fokus Perancangan	4
1.4 Tujuan Karya	4
1.5 Manfaat Karya	4
1.6 Jadwal Kegiatan Perancangan Karya.....	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	8
2.1.2 Employer Branding.....	11
2.1.3 Hubungan antara IMC dan Employer Branding.....	17

2.1.4	Kejar Mimpi Employee Warrior sebagai Program Employer Branding	19
2.2	Referensi Karya	22
BAB III		28
METODE DAN KONSEP		28
3.1	Gambaran Subjek dan Objek	28
3.2	Metode Pengumpulan Data	31
3.3	Analisis Permasalahan	32
3.4	Konsep Komunikasi	32
3.5	Konsep Kreatif	34
3.6	Skema Perancangan	40
BAB IV		47
HASIL KARYA		47
4.1	Proses Perancangan Karya	47
4.2	Pembahasan Hasil Karya	55
BAB V		93
PENUTUP		93
5.1	Kesimpulan Karya	93
5.2	Saran	94
5.2.1	Saran Praktis	94
5.2.2	Saran Akademis	94
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		100