

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. LatarBelakang.....	1
1.2. Topik Laporan.....	2
1.3. Tujuan Laporan.....	2
1.4. Rencana Jadwal Produksi	3
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1. Tinjauan Pustaka.....	4
2.1.1 <i>Public Relations</i>	4
2.1.2 Tujuan Public Relations.....	5
2.1.3 Fungsi Public Relations	6
2.1.4 Kegiatan Public Relations	6
2.1.5 Kampanye Public Relations.....	8
2.1.5.1 Definisi Kampanye Public Relations	8
2.1.5.2 Jenis dan Karakteristik Kampanye Public Relations.....	9
2.1.6 Media Baru.....	11
2.1.7 Media Sosial	13
2.1.7.1 Definisi Media Sosial.....	13
2.1.7.2 Fungsi Media Sosial.....	14
2.1.7.3 Jenis-Jenis Media Sosial.....	15
2.1.8 Publikasi	16
2.1.8.1 Definisi Publikasi.....	16
2.1.8.2 Kegiatan Publikasi Public Relations.....	17
2.1.8.3 Jenis Jenis Publikasi.....	17

2.1.9 Instagram.....	19
2.1.9.1 Definisi Instagram.....	19
2.1.10. Youtube.....	21
2.1.10.1 Definisi Youtube	21
2.1.10.2 Manfaat Youtube	22
2.1.10.3 Karakteristik Youtube	23
2.2. Prosedur Ideal	23
2.2.1 Perencanaan Kampanye PR.....	23
2.2.2 Pelaksanaan Kampanye Public Relations.....	28
BAB III METODE PELAKSANAAN	
3.1.Konsep Kreatif.....	32
3.1.1. Deskripsi Program.....	32
3.1.2. Format Program.....	32
3.1.3. Durasi Program.....	32
3.1.4. Judul Program.....	32
3.1.5. Target Audience.....	32
3.1.6. Rencana Tayang.....	33
3.2.Tahapan Produksi.....	33
3.2.1. Pra Produksi.....	33
3.2.2. Produksi.....	34
3.2.3. Pasca Produksi.....	34
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1.Lembar Kerja Program.	37
4.2. Hasil Kegiatan Project	40
BAB V Penutup	
5.1. Kesimpulan	42
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	46

