

## 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