

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	II
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK	VI
<i>ABSTRACT</i>	VII
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Fokus Perancangan.....	8
1.4 Tujuan Karya	8
1.5 Manfaat Karya	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Jadwal Kegiatan	9
1.6.1 Waktu dan Lokasi	10
1.6.2 Jadwal Kegiatan	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Teori.....	13
2.1.1 Media Sosial.....	13
2.1.2 Motif Penggunaan Media Sosial	14
2.1.3 Instagram.....	16
2.1.4 <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital).....	18
2.1.5 <i>Konten Marketing</i> (Konten Pemasaran).....	19
2.2 Referensi Karya.....	21
BAB III	33

METODE DAN KONSEP	33
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	33
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	33
3.1.2 Objek Perancangan Karya	34
3.2 Metode Pengumpulan Data	34
3.2.1 Dokumentasi Karya	34
3.2.2 Data Primer dan Data Sekunder	35
3.3 Analisis Permasalahan	35
3.3.1 Observasi	36
3.3.2 Wawancara	36
3.3.3 Angket	37
3.4 Konsep Komunikasi	41
3.4.1 Media Komunikasi	42
3.4.2 Jenis Format/Karya	42
3.4.3 Strategi Pesan	43
3.5 Konsep Kreatif	44
3.5.1 Tema/Judul	44
3.5.2 <i>Concept Plan</i> (Rencana Konsep)	44
3.5.3 <i>Editorial Plan</i> (Rencana Editorial)	44
3.5.4 Konsep Visual	46
3.6 Skema Perancangan	53
3.6.1 Tahapan Produksi	55
3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi	58
3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan	58
3.6.4 Biaya Produksi	60
BAB IV	62
HASIL KARYA	62
4.1 Proses Perancangan Karya	62
4.1.2 Tahapan Proses Pra Produksi	62
4.1.2 Tahapan Proses Produksi	65
4.1.3 Tahapan Proses Pasca Produksi	66
4.2 Pembahasan Hasil Karya	69
4.2.1 Kaitan Dengan Konsep Komunikasi	71
4.2.2 Kaitan Dengan Konsep Kreatif	78

BAB V.....	87
PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan Karya.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	90