

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Fokus Perancangan.....	7
1.4 Tujuan Karya.....	8
1.5 Manfaat Karya.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.6 Jadwal Kegiatan	9
1.6.1 Waktu dan Lokasi	9
1.6.2 Jadwal Kegiatan	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11

2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Konten Marketing	11
2.1.3 Media Sosial.....	13
2.1.4 Youtube	14
2.1.5 Instagram.....	15
2.1.6 TikTok.....	16
2.2 Referensi Karya.....	17
BAB III.....	20
METODE DAN KONSEP	20
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	20
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	20
3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.3 Analisis Permasalahan	26
3.4 Konsep Komunikasi	27
3.4.1 Media Komunikasi	27
3.4.2 Jenis atau Format Perancangan Karya	27
3.4.3. Strategi Pesan	27
3.5 Konsep Kreatif	28
3.5.1 Tema/Judul.....	28
3.5.2 Konsep Perencanaan Konten Marketing Sekolah Keluarga Samara	28
3.5.3 Segmentasi Target Audiens.....	30
3.5.4 Editorial Plan.....	31
3.5.5 Konsep Visual	32
3.6 Skema Perancangan	33
3.6.1 Tahapan Produksi.....	33

3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi.....	36
3.6.3 Daftar Tim & Penugasan.....	36
3.6.4 Biaya Produksi	37
BAB IV	39
HASIL KARYA.....	39
4.1 Proses Perancangan Karya	39
4.1.1 Pra Produksi	39
4.1.2 Produksi	52
4.1.3 Pasca Produksi	57
4.2 Pembahasan Hasil Karya.....	62
4.2.1 Strategi Konten Marketing Media Sosial.....	62
4.2.2 Ide Konten Marketing	64
4.2.3 Analisis Performa Karya	81
BAB V.....	87
PENUTUP.....	87
5. 1 Kesimpulan Karya.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA	89