

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Fokus Perancangan	6
1.4 Tujuan Karya.....	6
1.5 Manfaat Karya.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Jadwal Kegiatan	7
1.6.1 Waktu dan Lokasi.....	7
1.6.2 Jadwal Kegiatan	7
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN TEORI	10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 Komunikasi Visual	10
2.1.2 Media Sosial.....	10
2.1.4 Instagram.....	11
2.1.5 Konten.....	12
2.1.6 Produksi Konten.....	13
2.1.7 <i>Copywriting</i>	14
2.2 Referensi Karya.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	18
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	18
3.1.2 Objek Perancangan Karya.....	20
3.2 Metode Pengumpulan Data	21
3.2.1 Wawancara	21
3.2.2 Observasi.....	21
3.2.3 Dokumentasi	22
3.3 Analisis Permasalahan.....	22
3.4 Konsep Komunikasi	23
3.4.1 Media Komunikasi	23
3.4.2 Jenis atau Format Perancangan Karya	23
3.4.3 Strategi Pesan	24
3.5 Konsep Kreatif	24
3.5.1 Tema dan Judul.....	24
3.5.2 <i>Content Plan</i>	25
3.5.3 <i>Script</i>	25

3.5.4 Konsep Visual	28
3.6 Skema Perancangan	29
3.6.1 Tahapan Produksi	29
3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi.....	32
3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan	33
3.6.4 Biaya Produksi	34
BAB IV HASIL KARYA.....	35
4.1 Proses Perancangan Karya	35
4.1.1 Pra Produksi	35
4.1.2 Produksi	40
4.1.3 Pasca Produksi	45
4.2 Pembahasan Hasil Karya.....	51
4.2.1 Analisis Karya dengan Teori Komunikasi Visual.....	51
4.2.1 Analisis Karya dengan Media Sosial Instagram.....	54
4.2.2 Analisis Karya dengan Konsep <i>Copywriting</i>	60
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Saran Praktis	69
5.2.2 Saran Akademis	69
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	xii