

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Fokus Perancangan	7
1.5 Manfaat Karya	9
1.5.1 Manfaat Teoretis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
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	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Komunikasi Massa.....	12
2.1.2 Media Digital	13
2.1.3 Audio Visual Sebagai Sarana Edukasi.....	14
2.1.4 Iklan Layanan Masyarakat.....	16
2.1.5 Produksi Pesan (<i>message production</i>)	18
2.1.6 Penggunaan Bahasa	20
2.1.7 Penulis Naskah.....	21

2.1.8 Produksi Naskah	22
2.1.9 Teknik Humor Dalam Iklan	23
2.1.11 Instagram	26
2.1.12 TikTok	27
2.2 Referensi Karya	27
BAB III METODE DAN KONSEP	33
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	33
3.1.1 Subjek	33
3.1.2 Objek Perancangan	34
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.2.1 Observasi	35
3.2.2 Studi Pustaka.....	35
3.3 Analisis Permasalahan	35
3.4 Konsep Komunikasi.....	36
3.4.1 Media Komunikasi.....	36
3.4.2 Format Karya.....	37
3.4.3 Strategi Pesan.....	37
3.5 Konsep Kreatif.....	37
3.5.1 Judul Karya.....	37
3.5.2 Sinopsis.....	37
3.5.3 Naskah	38
3.5.4 Konsep Visual.....	40
3.6.1 Tahap Pembuatan Karya.....	50
3.6.2. Jadwal Pelaksanaan Produksi	51
3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan	52
3.6.4 Biaya Produksi.....	53
BAB IV HASIL KARYA	54
4.1. Proses Pembuatan Karya.....	54
4.1.1 Pra Produksi.....	55
4.1.2 Produksi	57
4.1.3 Pasca Produksi	60

4.2 Pembahasan Hasil Karya	60
4.2.1 Kaitan Dengan Konsep Komunikasi.....	60
4.2.2 Kaitan Dengan Konsep Kreatif.....	65
BAB V PENUTUP.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	82