

DAFTAR ISI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SMALL BITES SEBAGAI INOVASI PRODUK MAKANAN PRAKTIS BERBASIS CITA RASA NUSANTARA	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Fokus Perancangan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	9
2.1.3 Teori Efektuasi.....	10
2.1.4 Integrated Marketing Communication (IMC).....	11
2.2 Referensi Karya.....	12

BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	15
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	15
3.1.2 Objek Perancangan Karya	15
3.2 Metode Pengumpulan Data	15
3.2.1 Observasi	15
3.2.2 Wawancara	16
3.3 Analisis Permasalahan	16
3.4 Konsep Komunikasi	16
3.4.1 Media Komunikasi	16
3.4.2 Jenis atau Format Perancangan Karya	17
3.4.3 Strategi Pesan	17
3.5 Konsep Kreatif	18
3.5.1 Judul	18
3.5.2 Rencana Konsep	18
3.5.3 Content Plan (Rencana Konten)	18
3.5.4 Konsep Visual	19
3.6.1 Tahapan Produksi	21
3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi	23
3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan	24
3.6.4 Biaya Produksi	24
BAB IV HASIL KARYA	27
4.1 Proses Perancangan Karya	27
4.1.1 Tahapan Proses Pra Produksi	28
4.1.2 Tahapan Proses Produksi	30

4.1.3 Tahapan Proses Pasca-Produksi	30
4.2 Pembahasan Hasil Karya	31
4.2.1 Kaitan Dengan Konsep Komunikasi.....	31
4.2.2 Kaitan Dengan Konsep Kreatif	37
4.2.3 Kaitan Dengan Teori Efektuasi.....	48
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan Karya	51
5.2 Saran	51
5.2.1 Saran Akademis	51
5.2.2 Saran Praktis.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55