

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Fokus Perancangan.....	10
1.4 Tujuan Karya.....	10
1.5 Manfaat Karya.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	11
1.5.2 Manfaat Praktis:	11
1.6 Jadwal Kegiatan Perancangan Karya	11
1.6.1 Waktu dan Lokasi	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Komunikasi Digital	14
2.1.2 <i>Search Engine Optimization</i>	15
2.1.3 Indikator SEO <i>On-Page</i>	17
2.1.4 Riset Kata Kunci	18
2.1.5 Kerangka dalam Artikel	18
2.1.6 <i>Website</i>	19

2.1.7 Produksi Pesan dalam Artikel SEO- <i>friendly</i>	20
2.1.8 <i>Message Design Logic</i> oleh Barbara O’Keefe	21
2.2 Referensi Karya.....	23
BAB III.....	26
METODE DAN KONSEP	26
3.1 Subjek dan Objek Perancangan Karya	26
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	26
3.1.2 Objek Perancangan Karya.....	28
3.2 Metode Pengumpulan Data	29
3.2.1 Data Primer	29
3.2.2 Data Sekunder	30
3.3 Analisis Permasalahan	30
3.4 Konsep Komunikasi	31
3.4.1 Media Komunikasi	31
3.4.2 Format Perancangan Karya	32
3.4.3 Strategi Pesan	32
3.5 Konsep Kreatif	34
3.5.1 Tema.....	34
3.5.2 Concept Plan & Editorial Plan	35
3.5.3 Implementasi SEO on-page.....	36
3.6 Skema Perancangan	38
3.6.1 Tahapan Produksi.....	38
3.6.2 Pelaksanaan Produksi.....	39
3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan	40
3.6.4 Biaya Produksi	40
BAB IV	41
HASIL KARYA.....	41
4.1 Proses Perancangan Karya	41
4.1.1 Praproduksi	41

4.1.2	Produksi.....	48
4.1.3	Pascaproduksi.....	49
4.2	Pembahasan Hasil Karya.....	51
4.2.1	Kaitan dengan Konsep Komunikasi.....	51
4.2.2	Kaitan dengan Konsep Kreatif.....	61
BAB V		72
PENUTUP		72
5.1	Kesimpulan Karya.....	72
5.2	Saran.....	73
5.2.1	Saran Akademis	73
5.2.2	Saran Praktis.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		82