

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	6
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II	7
LANDASAN KONSEPTUAL.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori Media Baru	13
A. Definisi Media Baru	13
B. Ciri atau Karakteristik Media Baru	14
C. Fungsi-fungsi Media Baru	15
D. Jenis-Jenis Media Baru	15
2.3 Media Sosial	19
A. Penafsiran Media Sosial.....	19
B. Jenis-Jenis Media Sosial.....	20
C. Keunggulan Media Sosial	21
D. Manfaat Media Sosial.....	22
E. <i>Digital Content</i> Pada Akun Media Sosial.....	22
F. Media Sosial Pada Akun TikTok sebagai Produksi Kreatif <i>Content Creation</i>	23
2.4 TikTok	24
2.5 Produksi.....	25
A. Definisi Produksi Konten Video.....	25
B. Konsep Proses Produksi Konten	27

C. Strategi Produksi Kreatif.....	28
2.6 <i>Content Creation</i>	28
A. Pengertian <i>Content Creation</i>	28
B. <i>Content Creator</i>	29
2.7 Kerangka Pemikiran	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.3.1 Subjek Penelitian.....	34
3.3.2 Objek Penelitian	34
3.4 Lokasi Penelitian.....	34
3.5 Unit Analisis Penelitian	34
3.6 Informan Penelitian.....	36
3.7 Pengumpulan Data Penelitian	37
3.8 Teknik Analisis Data	37
BAB IV.....	39
4.1 Gambaran Umum	39
A. Profil Perusahaan	39
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.3 Hasil Penelitian	47
4.3.1 Pre Production	47
A. Planning and Programming.....	47
B. <i>Content Strategy</i> (Strategi Konten)	49
C. Earn Media (Media Milik Sendiri).....	49
4.3.2 Production	56
A. Produksi Video TikTok.....	56
B. Panduan Halam Kamera Produksi Video TikTok	56
C. Pendekatan Storytelling	59
D. Visualisasi adalah kunci	59
E. Konsep Suara.....	59
F. Penggunaan <i>Green Screen</i> (Layar Hijau)	60

G. Halaman Pratinjau Konten TikTok	62
H. Halaman Posting	64
4.3.3 Pasca Produksi	66
A. Interaksi.....	66
B. Monitoring Video Konten (<i>Hastag</i> dan <i>Audio</i>).....	67
C. Pengaturan Lokasi Akun TikTok	70
D. Monitoring Format Konten dan Editing Video	71
E. Konsistensi Waktu dalam Mengunggah Konten.....	71
4.4 HASIL PEMBAHASAN	73
4.1 Persiapan Pra – Produksi (<i>Pre-Production</i>)	74
4.2 Proses Produksi (<i>Production</i>).....	78
4.3 Pasca-Produksi (<i>Post-Production</i>)	82
BAB V	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Teoritis.....	87
5.2.2 Saran Praktis.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89