

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Definisi Operasional	3
1.6 Metode Pengerjaan	4
1.7 Jadwal Pengerjaan	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Gambaran Umum Institusi.....	7
2.1.1 PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	7
2.1.2 Nilai-Nilai Perusahaan.....	8
2.1.3 Struktur Organisasi Institusi.....	9
2.1.4 Divisi Kerja.....	9
2.1.5 Innovation Day	10
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Transmedia.....	10
2.2.2 Konten.....	11
2.2.3 Web seminar (Webinar).....	11
2.2.4 Aset Multimedia.....	12
2.2.5 <i>Engagement</i>	12
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN	13

3.1 Analisis Deskripsi Pekerjaan.....	13
3.2 Analisis Program Innovation Day	13
3.3 Analisis Implementasi Produksi Program.....	14
3.3.1 <i>Pra-Event</i>	15
3.3.2 <i>Event</i>	21
3.3.3 <i>Post-Event</i>	22
3.4 Kebutuhan Perangkat Keras & Perangkat Lunak	23
3.4.1 Kebutuhan Perangkat Keras.....	23
3.4.2 Kebutuhan Perangkat Lunak	23
3.5 Implementasi Transmedia	26
3.5.1 Video Acara	27
3.5.2 Desain Poster	28
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN.....	29
4.1 Implementasi	29
4.2 Hasil Implementasi.....	38
4.2.1 Insight akun Youtube	38
4.2.2 Jangkauan Tempat Youtube.....	38
4.2.3 Jangkauan Umur Youtube	39
4.2.4 Jangkauan Akun Instagram	39
4.2.5 Peningkatan Followers Instagram.....	40
4.2.6 Jangkauan Rentang Usia Instagram	40
4.2.7 Jangkauan Jenis Kelamin.....	41
4.2.8 Jangkauan Lokasi Instagram.....	41
4.2.9 <i>Viewers</i>	41
4.3 Pengujian.....	44
BAB 5 KESIMPULAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50