

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | i |
| DAFTAR LAMPIRAN | iii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi/ Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Fokus Perancangan | 9 |
| 1.4 Tujuan Karya..... | 9 |
| 1.5 Manfaat Karya..... | 9 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis..... | 9 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis..... | 10 |
| 1.6 Jadwal Kegiatan | 10 |
| 1.6.1 Waktu dan Lokasi | 10 |
| 1.6.2 Jadwal Kegiatan..... | 10 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 11 |
| BAB II LANDASAN KONSEPTUAL..... | 13 |
| 2.1 Tinjauan Teori..... | 13 |
| 2.1.1 Komunikasi Massa..... | 13 |
| 2.1.2 Strategi Komunikasi | 13 |
| 2.1.3 Komunikasi Pemasaran | 15 |
| 2.1.4 Konten Marketing..... | 15 |
| 2.1.5 <i>Engagement</i> | 16 |
| 2.1.6 Media Sosial | 16 |
| 2.1.7 TikTok..... | 17 |
| 2.1.8 The Circular Model Of Some | 18 |
| 2.1.9 Produksi Konten | 19 |
| 2.2 Referensi Karya | 21 |
| 2.2.1 Referensi Karya | 21 |
| BAB III..... | 25 |
| METODE DAN KONSEP | 25 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1 Subjek dan Objek Perancangan Karya | 25 |
| 3.1.1 Subjek Perancangan Karya | 25 |
| 3.1.2 Objek Perancangan Karya | 28 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data | 28 |
| 3.3 Analisis Permasalahan | 30 |
| 3.4 Konsep Komunikasi | 30 |
| 3.4.1 Media Komunikasi..... | 31 |
| 3.4.2 Jenis/Format Perancangan Pesan | 31 |
| 3.4.3 Strategi Pesan | 32 |
| 3.5 Konsep Kreatif | 32 |
| 3.5.1 Tema | 32 |
| 3.5.2 Konsep Perencanaan Konten | 33 |
| 3.5.3 Segmentasi Pasar | 33 |
| 3.5.4 Editorial Plan | 35 |
| 3.5.5 Konsep Visual..... | 37 |
| 3.5.6 Perencanaan Caption | 39 |
| 3.6 Skema Perencanaan | 40 |
| 3.6.1 Jadwal Pelaksanaan Produksi | 42 |
| 3.6.2 Daftar Tim & Penugasan | 43 |
| 3.6.3 Biaya Produksi..... | 44 |
| BAB IV HASIL KARYA | 45 |
| 4.1 Proses Perancangan Karya | 45 |
| 4.1.1 Proses Pra Produksi Perancangan Karya | 47 |
| 4.1.2 Proses Produksi Perancangan Karya..... | 50 |
| 4.1.3 Proses Pasca Produksi Perancangan Karya..... | 51 |
| 4.1.4 Pembuatan Caption dan Pengupload an Konten | 53 |
| 4.2 Pembahasan Hasil Karya | 57 |
| 4.2.1 Analisis Konten Tiktok dan Peforma Karya Indosiar Sports 2023 | 57 |
| 4.2.2 Analisis Konten dengan Konsep <i>The Circular Model of Some</i> | 68 |
| BAB V PENUTUP | 73 |
| 5.1 Kesimpulan Karya | 73 |
| 5.2 Saran | 74 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 74 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN | 77 |