

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi/Rumusan Masalah.....	6
1.3 Fokus Perancangan	6
1.4 Tujuan Karya	6
1.5 Manfaat Karya	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Jadwal Kegiatan	7
1.6.1 Waktu dan Lokasi	7
1.6.2 Jadwal Kegiatan	8
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Komunikasi Massa	11
2.1.2 Media Massa	12
2.1.3 Teori Manajemen Planning, Organizing, Actuating, and Controlling (POAC).....	13
2.1.4 Produksi Acara.....	18
2.1.5 Divisi Creative	19

2.1.6	Media Sosial.....	20
2.1.7	TikTok.....	22
2.2	Referensi Karya	23
BAB III METODE DAN KONSEP		26
3.1	Gambaran Subjek dan Objek	26
3.1.1	Subjek Karya.....	26
3.1.2	Objek Karya	28
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.2.1	Observasi	29
3.2.2	Dokumentasi.....	29
3.3	Analisis Permasalahan	30
3.4	Konsep Komunikasi.....	31
3.4.1	Media Komunikasi	31
3.4.2	Jenis/Format Perancangan Karya	32
3.4.3	Strategi Pesan	32
3.5	Konsep Kreatif	33
3.5.1	Tema/Judul	33
3.5.2	Rundown Acara	33
3.5.3	Creative Deck	39
3.6	Skema Perencanaan.....	46
3.6.1	Tahapan Produksi	46
3.6.2	Jadwal Pelaksanaan Produksi	47
3.6.3	Daftar Tim & Penugasan	48
3.6.4	Biaya Produksi.....	50
BAB IV HASIL KARYA.....		52
4.1	Proses Perancangan Karya	52
4.1.1	Pra Produksi.....	52
4.1.2	Produksi.....	57
4.1.3	Pasca Produksi.....	60
4.2	Pembahasan Hasil Karya	60
4.2.1	<i>Penggunaan Planning, Organizing, Actuating, and Controlling (POAC)</i>	60
4.2.2	Peran Divisi <i>Creative</i>	60

BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan Karya	62
5.2 Saran	63
5.2.1 Saran Akademis.....	63
5.2.2 Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	69