

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Fokus Perancangan	5
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
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 <i>Social Media Marketing</i>	10
2.1.2 Instagram.....	11
2.1.3 Konten	13
2.1.4 Insight.....	15
2.1.5 Produksi Konten	16
2.1.6 Videografi	16
2.1.7 Voice Over	18
2.2 Referensi Karya.....	18
BAB III METODE DAN KONSEP	24
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	24
3.1.1 Subjek Perancangan Karya.....	24
3.1.2 Objek Perancangan Karya.....	25

3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.2.1 Publikasi Konten	26
3.2.2 Data Primer dan Sekunder	26
3.2.2.1 Data Primer	26
3.2.2.2 Data Sekunder	26
3.3 Analisis Permasalahan	26
3.4.1 Media Komunikasi	27
3.4.2 Format Perancangan Karya	28
3.4.3 Strategi Pesan	29
3.5 Konsep Kreatif	29
3.5.1 Judul	30
3.5.2 Content Plan	30
3.5.3 Creative <i>Brief</i>	32
3.5.4 Konsep Visual	33
3.6 Skema Perancangan	36
3.6.1 Deskripsi Tahapan Produksi	38
3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi	39
3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan	39
3.6.4 Biaya Produksi	40
BAB IV HASIL KARYA	42
4.1 Proses Perancangan Karya	42
4.1.1 Tahap Pra-produksi	42
4.1.2 Tahap Produksi	49
4.1.3 Tahap Pascaproduksi	50
4.2 Pembahasan Hasil Karya	54
4.2.1 Analisis Karya dengan Teori <i>Social Media Marketing</i>	54
4.2.2 Analisis Karya dengan Media Sosial Instagram	58
BAB V KESIMPULAN	77
5.1 Kesimpulan Karya	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81