

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi/Rumusan Masalah	6
1.3 Fokus Perancangan	6
1.4 Tujuan Karya	6
1.5 Manfaat Karya	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Jadwal Kegiatan	8
1.6.1 Waktu dan Lokasi	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 <i>The Circular Model of SoMe</i>	10
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	12
2.1.4 Media Sosial.....	13
2.1.5 <i>New Media</i>	13
2.1.6 TikTok.....	14
2.2 Referensi Karya	15
BAB III METODE DAN KONSEP	18
3.1 Gambar Subjek dan Objek Perancangan Karya	18
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	18
3.1.2 Objek Perancangan Karya.....	20
3.2 Metode Pengumpulan Data	21
3.3 Analisis Permasalahan.....	22
3.4 Konsep Komunikasi	23

3.4.1	Media Komunikasi	23
3.4.2	Format Perancangan Karya	24
3.4.3	Strategi Pesan	24
3.5	Konsep Kreatif	25
3.5.1	Tema.....	25
3.5.2	Konsep Perancangan Konten	25
3.5.3	Konsep Visual	26
3.5.4	Perancangan <i>Caption</i>	29
3.5.5	<i>Editorial Plan</i>	29
3.6	Skema Perancangan.....	31
3.6.1	Tahapan Produksi	31
3.6.2	Jadwal Pelaksanaan Produksi.....	32
3.6.3	Daftar Tim dan Penugasan	33
3.6.4	Biaya Produksi	34
BAB IV		36
4.1	Proses Perancangan Karya	36
4.1.1	Pra Produksi	36
4.1.2	Produksi Hasil Karya Tiktok @metrodataacademy	47
4.1.3	Pasca Produksi Perancangan Karya Konten Tiktok @metrodataacademy.....	49
4.2	Pembahasan Hasil Karya	69
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		76