

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Skripsi	iii
Lembar Surat Pernyataan Karya Sendiri	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar isi	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	10
1.2 Permasalahan	11
1.3 Tujuan Perancangan	11
1.4 Alasan Pemilihan Judul	11
1.5 Pembatasan Rancangan	12
1.6 Manfaat Perancangan	12
1.6.1 Manfaat Akademis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Komunikasi Pemasaran dan AISAS Model	16
2.2 Iklan	18
2.3 <i>Media</i>	20
2.4 <i>Social Media</i>	23
2.4.1 <i>Instagram</i>	23
2.4.2 <i>Facebook</i>	25
2.5 <i>New Wave Marketing</i>	26
2.5.1 <i>Strategi Digital Marketing</i>	27
2.5.2 <i>Taktik Kreatif Media Digital</i>	28
2.6 Merancang Strategi Kreatif	30
2.7 <i>Creative Director</i>	31

2.7.1	Associate Creative Director	31
2.7.2	Studio Manager	31
2.7.3	Art Director	32
2.7.4	Copy Writer	33
2.8	Customer Engagement	37
BAB III	KONSEP PERANCANGAN	37
3.1	Tujuan Komunikasi	37
3.2	Strategi Komunikasi	38
3.3	Spesifikasi Konten Digital	38
3.3.1	Deskripsi Konten <i>Digital</i>	39
3.3.2	Konsep Konten <i>Digital</i>	39
3.3.2.1	Alasan Pemilihan Konsep Konten Digital	39
3.3.2.2	Konsep dan Eksekusi Konten Digital	41
3.3.3	Gambaran Isi Pesan dan Konten <i>Digital</i>	41
3.4	Time Table dan Anggaran	42
3.4.1	Time Table	43
3.4.2	Anggaran	43
BAB IV	ANALISIS PROSES	43
4.1	Tahapan Produksi	50
4.1.1	Pra Produksi	50
4.1.2	Produksi	51
4.2.1.1	Proses <i>Logo</i>	52
4.2.1.2	Proses Perancangan <i>Instagram Content</i>	53
4.2.1.3	<i>Content Facebook Fanpage</i>	59
4.2.1.4	<i>Content Instagram Post</i>	59
BAB IV	PENUTUP	61
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	
DAFTAR PUSTAKA		