

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK.....i

KATA PENGANTAR.....iii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR GAMBAR.....viii

DAFTAR TABEL.....ix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Permasalahan 7

1.3 Tujuan Perancangan..... 8

1.4 Alasan Pemilihan Judul 8

1.5 Manfaat Perancangan..... 8

1.5.1 Manfaat Akademis..... 8

1.5.2 Manfaat Praktis..... 9

BAB II KERANGKA ATAU DASAR PEMIKIRAN..... 10

2.1 Landasan Teori 10

2.1.1 Pengertian Monitoring dan Evaluasi..... 10

2.1.1.1. Fungsi Monitoring dan Evaluasi..... 12

2.1.1.2 Proses Monitoring dan Evaluasi 13

2.1.2 Pengertian Iklan 15

2.1.3 Media *Planning*..... 18

2.1.4 Media <i>Online</i>	25
2.1.5 <i>Social Media</i>	27
2.1.6 <i>Search Engine Optimize</i>	31
2.2 Referensi Karya	33
2.2.1 Kumparan.com.....	33
2.2.2 Okezone.com	35
2.2.3 Sindonews.com.....	35
2.2.4 Tirto.id	36
2.2.5 Kompas.com	38
BAB III KONSEP PERANCANGAN	43
3.1. Tujuan Komunikasi	43
3.2. Strategi Komunikasi	45
3.3 Analisa Spesifikasi Program.....	48
3.3.1 Deskripsi Program	48
3.3.1.1 Format Program	48
3.3.1.2 Format Media.....	49
3.3.1.3 Judul Program.....	50
3.3.1.4 Durasi Program	50
3.3.1.5 Target Audien	51
3.3.1.6 Periode Publikasi dan Pemilihan Media	53
3.3.2 Konsep Yang Digunakan Dalam Mengeksekusi Karya	55
3.3.3 Alasan Pilihan Karya	55
3.3.4 Gambaran Isi Pesan dan Media Promosi	56
3.4. Konsep Perancangan.....	58

BAB IV ANALISIS PROSES.....	62
4.1. Tahapan Monitoring, Evaluasi dan <i>Search Engine Optimize</i>	62
4.1.1 Monitoring dan Evaluasi.....	62
4.1.2 <i>Search Engine Optimize Off Page</i>	68
4.2. Lembar Kerja Monitoring, Evaluasi, dan SEO	69
4.3. Kendala dan Pemecahan.....	71
4.3.1 Kendala – Kendala.....	71
4.3.2 Penyelesaian Masalah.....	72
4.4 Analisis Kondisi Terkini Media Online Firar.id.....	72
4.5 Analisis Setelah Monitoring, Evaluasi, Serta SEO Media Online Firar.id..	75
BAB V PENUTUP.....	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran.....	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	