

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....	iv
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR ISI GAMBAR .....	xiii
DAFTAR ISI TABEL.....	xv
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.....	10
1.5.1. Manfaat akademik.....	10
1.5.2. Manfaat Praktis .....	11
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	12
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2. Strategi Komunikasi.....	13
2.2.1. Strategi Media .....	14
2.3. Pengertian Kreativitas .....	16
2.4. Referensi Karya.....	19
2.5. <i>E – Commerce</i> .....	25
2.6. <i>New Media</i> .....	27
2.6.1. Media Sosial.....	28
2.6.2. Instagram.....	28
2.7. Karya Rujukan .....	29
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	30

3.1. Tujuan Komunikasi.....	30
3.2. Strategi Komunikasi.....	31
3.3. Analisa Spesifikasi Program .....	32
3.3.1. Penentuan Target Pasar ( <i>Target Audience</i> ).....	33
3.4. Konsep Perancangan .....	34
3.4.1. <i>Pre-Production</i> (Tahap Pra-Produksi) .....	34
3.4.2. <i>Production</i> (Tahap Produksi).....	36
3.4.3. Rencana Pasca Produksi.....	39
3.4.4. Konsep Kemasan.....	42
<b>BAB IV ANALISIS PROSES .....</b>	<b>44</b>
4.1. Tahap Produksi.....	44
4.1.1. Pra Produksi .....	44
4.1.2. Produksi.....	46
4.2. Lembar Kerja Perancangan dan Produksi Kreatif Konten Instagram .....	47
4.2.1. Analisis Kendala .....	49
4.3. Konsep <i>Design</i> Konten Iklan dan Promosi .....	50
4.3.1. <i>Instagram Graphic Design Content</i> (Konten Desain Grafis Instagram).50	
4.3.2. <i>Instagram Testimonial Content</i> (Konten Testimoni Instagram) .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1. Kesimpulan .....	73
5.2. Saran.....	75
5.2.1. Saran Akademis .....	75
5.2.2. Saran Praktis.....	76
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>CURRICULUM VITAE .....</b>	<b>86</b>