

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	4
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.5.1 Manfaat Akademis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II KERANGKA/DASAR PEMIKIRAN.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Komunikasi	5
2.1.1.2 Proses Komunikasi.....	5
2.1.1.3 Komponen Komunikasi.....	6
2.1.1.4 Macam-Macam Komunikasi.....	7
2.1.2 Komunikasi Digital.....	9
2.1.3 Komunikasi Massa	11
2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Massa	11
2.1.3.2 Elemen - Elemen Komunikasi Massa	12
2.1.4 New Media	13
2.1.4.1 Media Sosial	14

2.1.4.2 Youtube	15
2.1.4.3 Fitur Youtube	16
2.1.4.4 Fitur khusus pemilik channel youtube.....	18
2.1.5 Company Profile.....	20
2.1.5.1 Tujuan Pembuatan Company Profile	20
2.1.5.2 Jenis Company Profile.....	21
2.1.5.3 Ruang Lingkup Isi Company Profile	22
2.1.5.4 Pendekatan Dalam Menyusun Company Profile	23
2.1.6 Promosi	24
2.1.6.1 Tahapan Promosi.....	24
2.1.7 Pengertian Media Video	27
2.1.7.1 Tujuan Penggunaan Media Video	28
2.1.8 Multimedia	29
2.1.8.1 Elemen - Elemen Multimedia	30
2.1.9 SEO.....	31
2.1.9.1 Tujuan SEO	31
2.1.9.2 Fungsi SEO	32
2.1.9.3 Kelebihan SEO.....	32
2.1.9.4 Kekurangan SEO.....	32
2.1.9.5 Strategi Penerapan SEO	33
2.1.10 Copywriting.....	34
2.1.10.1 Tinjauan kerja Copywriter	34
2.1.11 Pesan	35
2.2 Referensi Karya	36
BAB III KONSEP PERANCANGAN	37
3.1 Tujuan Komunikasi.....	38
3.2 Strategi Komunikasi.....	39
3.2.1 Komponen-Komponen Strategi Komunikasi	40
3.2.2 Analisis Strategi SWOT	40
3.3 Analisa Spesifikasi Program.....	42
3.4 Konsep Perancangan	43

3.4.1 Rencana Pra Produksi.....	44
3.4.2 Rencana Produksi.....	50
3.4.2.1 Rencana Strategi Promosi SEO Youtube.....	50
3.4.2.2 Rencana Strategi Produksi Video	54
3.4.3 Rencana Pasca Produksi.....	55
BAB IV ANALISIS PROSES	56
4.1 Profil Tayangan.....	56
4.2 Analisis Proses Produksi	57
4.2.1 Analisis Proses Strategi Promosi SEO Youtube	57
4.2.2 Analisis Proses Produksi Video	62
4.2.2.1 Analisis Kajian Komunikasi	63
4.3 Analisis Hasil Produksi	64
4.3.1 Analisis Hasil Posting Video	64
4.3.2 Analisis Hasil Narasi Promosi.....	68
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
5.2.1 Saran Akademis	72
5.2.2 Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	75