

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
Daftar Isi .....	v
Daftar Tabel .....	vii
Daftar Gambar .....	viii
Daftar Lampiran.....	ix
Abstrak.....	x
Abstract.....	xi
<b>BAB I: Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat.....</b>	<b>8</b>
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>1.5 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>8</b>
1.5.1 Adopsi Teknologi sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital .....	8
1.5.2 Media Sosial sebagai Medium Komunikasi Pemasaran Digital.....	10
1.5.3 Prinsip Dasar dan Signifikansi Produksi Video Digital untuk Media Sosial .....	12
1.5.4 Edukasi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Pembelajaran Kolaboratif....	13
1.5.5 Manajemen Produksi Video Digital untuk Pemasaran UMKM .....	16
<b>1.6 Kerangka Konsep .....</b>	<b>19</b>
1.6.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) .....	19
1.6.2 Video Digital Komunikasi Pemasaran.....	20
1.6.3 Video Digital: TikTok dan Instagram Reels .....	21
1.6.4 Pembelajaran Kolaboratif .....	22
1.6.5 Perencanaan Strategis dan Penulisan Naskah pada Tahapan Praproduksi .....	23
<b>1.7 Ulasan Karya.....</b>	<b>24</b>
1.7.1 Ulasan akun Instagram dan TikTok “Java Foodie” .....	24
1.7.2 Ulasan akun Instagram dan TikTok “Golden Geisha”.....	26
1.7.3 Ulasan akun Instagram dan TikTok “Voila Jogja” .....	27
<b>1.8 Subjek Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>1.9 Rencana Pembuatan Karya .....</b>	<b>29</b>
1.9.1 Divisi Kerja dalam Proses .....	29
1.9.2 Rencana Kerja Individual .....	30

<b>1.9.3</b>	<b>Portofolio .....</b>	<b>30</b>
<b>1.9.4</b>	<b>Linimasa .....</b>	<b>31</b>
<b>1.9.5</b>	<b>Rancangan Anggaran Produksi.....</b>	<b>31</b>
<b>1.9.6</b>	<b>Storyboard .....</b>	<b>32</b>
<b>Bab II:</b>	<b>Laporan Kegiatan .....</b>	<b>34</b>
<b>2.1</b>	<b>Gambaran Umum Proyek Produksi Video Komunikasi Pemasaran Digital .....</b>	<b>34</b>
<b>2.2</b>	<b>Strategi Produksi dan Tahapan Produksi .....</b>	<b>34</b>
<b>2.3</b>	<b>Tahapan Kerja Produksi Video Komunikasi Pemasaran Digital.....</b>	<b>36</b>
<b>2.3.1</b>	<b>Pengenalan Proyek Produksi Video .....</b>	<b>36</b>
<b>2.3.2</b>	<b>Penguatan Pemahaman Proyek Produksi Video .....</b>	<b>37</b>
<b>2.3.3</b>	<b>Perencanaan Strategis dan Penulisan Naskah dalam Pelaksanaan Produksi Video .....</b>	<b>38</b>
<b>2.3.4</b>	<b>Pelaporan Proyek Produksi Video .....</b>	<b>44</b>
<b>2.3.5</b>	<b>Finalisasi dan Penyesuaian Produksi Video .....</b>	<b>45</b>
<b>2.4</b>	<b>Hasil Produksi dan Performa Video Pemasaran Digital .....</b>	<b>46</b>
<b>2.4.1</b>	<b>Tampilan Umum Profil Mitra UMKM .....</b>	<b>46</b>
<b>2.4.2</b>	<b>Hasil Video Produksi Uji Coba .....</b>	<b>48</b>
<b>2.4.3</b>	<b>Hasil Video Produksi berdasar Tema .....</b>	<b>50</b>
<b>2.4.4</b>	<b>Hasil Video Produksi Final.....</b>	<b>52</b>
<b>Bab III:</b>	<b>Evaluasi dan Refleksi.....</b>	<b>55</b>
<b>3.1</b>	<b>Evaluasi terhadap Pembelajaran Kolaboratif Produksi Video Pemasaran.....</b>	<b>55</b>
<b>3.1.1</b>	<b>Evaluasi terhadap Karya .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1.2</b>	<b>Evaluasi terhadap Keseluruhan Proses Produksi .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1.3</b>	<b>Evaluasi terhadap Proses Produksi berdasar Pembagian Kerja Tim .....</b>	<b>56</b>
<b>3.2</b>	<b>Refleksi terhadap Pembelajaran Kolaboratif Produksi Video Pemasaran.....</b>	<b>56</b>
<b>3.3</b>	<b>Simpulan dan Saran .....</b>	<b>57</b>
<b>Daftar Pustaka .....</b>		<b>60</b>
<b>Lampiran .....</b>		<b>71</b>