

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR, TABEL, DAN BAGAN.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Skripsi Karya.....	4
1.4 Manfaat Skripsi Karya.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
1.5.1 Pemasaran Media Sosial.....	4
1.5.2 Kampanye Komunikasi Pemasaran.....	6
1.5.3 Instagram Sebagai Media Periklanan.....	8
1.5.4 Proses Kreatif.....	8
1.6 Konsep.....	13
1.6.1 <i>Brand Positioning</i>	14
1.6.2 Konsep <i>Online Ads</i>	15
1.6.3 Konsep Kolaborasi.....	15
1.7 Review Karya.....	16
1.8 Rencana Pembuatan Karya.....	17
1.8.1 Riset.....	17
1.8.2 Diskusi dan Penyusunan Proposal Kampanye.....	18
1.8.3 Penyusunan Rekomendasi Taktik.....	18
1.8.4 Eksekusi Program.....	19
1.8.5 Pembagian Kerja.....	19

1.8.6	Kerangka Waktu/Jadwal Produksi.....	20
1.8.7	Budgeting.....	20
BAB II LAPORAN KEGIATAN: KAMPANYE SEHAT BISA ENAK.....		22
2.1	Skema Kerja Kampanye Pemasaran di Media Sosial.....	22
2.2	Pra Produksi.....	23
2.2.1	Analisis Masalah.....	23
2.2.2	Analisis Pasar.....	25
2.2.3	Analisa Kompetitor.....	26
2.2.4	Observasi Tren Industri.....	29
2.2.5	<i>Content Pillar</i> dan Distribusi.....	31
2.2.6	<i>Creative Process</i>	32
2.3	Produksi.....	68
2.3.1	Fase Kampanye Sehat Bisa Enak.....	70
2.3.2	Aktivasi Komunitas.....	74
2.4.	Pasca Produksi.....	76
2.4.1	Evaluasi Kampanye.....	76
BAB III EVALUASI DAN REFLEKSI.....		78
3.1	Evaluasi.....	78
3.1.1	Evaluasi Terhadap Karya.....	78
3.1.2	Evaluasi Terhadap Pembuat karya.....	79
3.1.3	Evaluasi Terhadap Kelompok.....	80
3.2	Refleksi.....	82
3.3	Kesimpulan dan Saran.....	83
Daftar Pustaka.....		86

DAFTAR GAMBAR, TABEL, DAN BAGAN

GAMBAR

Gambar 1.1 Pirelli "Power in Safe Hands"	17
Gambar 2.1 Skema Kerja Kampanye Pemasaran Melalui Media Sosial	22
Gambar 2.2 Komposisi Unggahan Laman Instagram Erewhon	33
Gambar 2.3 Reels Produk Erewhon-1	35
Gambar 2.4 Reels Produk Erewhon-2	35
Gambar 2.5 Gambar Unggahan Produk Erewhon	39
Gambar 2.6 Komposisi Unggahan Laman Instagram Akkar Juicebar	42
Gambar 2.7 Desain Grafis Unggahan Akkar	43
Gambar 2.8 Desain Grafis Unggahan Akkar	47
Gambar 2.9 Komposisi Unggahan Laman Instagram Awor	50
Gambar 2.10 Desain Grafis Unggahan Awor	51
Gambar 2.11 Desain Grafis Unggahan Awor	54
Gambar 2.12 Mood Board berjudul "Paint Splatter, Messy"	60
Gambar 2.13 Mood Board berjudul "Shapes"	60
Gambar 2.14 Mood Board berjudul "Brutalist, Heavy Typography"	61
Gambar 2.15 Unggahan Instagram Poison-1	62
Gambar 2.16 Unggahan Instagram Poison-2	62

Gambar 2.17 Mood Board Hierarki Informasi	64
Gambar 2.18 Mood Boarf Elemen & Warna	65
Gambar 2.19 Proses Art Direction	68
Gambar 2.20 Art Direction kepada Tim Kreatif melalui Whats App-1	69
Gambar 2.21 Art Direction kepada Tim Kreatif melalui Whats App-2	70
Gambar 2.22 Persiapan Acara Slow Tunes	75
Gambar 2.23 Situasi Marketspot	76

TABEL

Tabel 1.1 Kerangka Waktu/Jadwal Produksi	20
Tabel 2.1 Analisis Kompetitor	29
Tabel 2.2 Konten Pilar Instagram	32
Tabel 2.3 Editorial Plan	67
Tabel 2. 4 Jadwal Pengunggahan Konten Instagram dan Acara Kampanye	77

BAGAN

Bagan 1. 1 Proses Pembuatan Moodboard	12
---------------------------------------	----