

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
Abstrak	xi
Abstract	xii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.5.1 Komunikasi Pemasaran Digital	8
1.5.2 Adopsi Teknologi sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital.....	9
1.5.3 Media Sosial sebagai Medium Komunikasi Pemasaran Digital.....	11
1.5.4 Prinsip Dasar dan Signifikansi Produksi Video Digital untuk Media Sosial	13
1.5.5 Edukasi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Pembelajaran Kolaboratif	15
1.5.6 Manajemen Produksi Video Digital untuk Pemasaran UMKM.....	17
1.6 Kerangka Konsep	20
1.6.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	20
1.6.2 Video Digital Komunikasi Pemasaran	21
1.6.3 Video Digital: TikTok dan Instagram Reels.....	22
1.6.4 Pembelajaran Kolaboratif	23
1.6.5 Manajemen Produksi	24
1.7 Ulasan Karya	26
1.7.1 Ulasan akun Instagram dan TikTok “Java Foodie”	26
1.7.2 Ulasan akun Instagram dan TikTok “Golden Geisha”	28
1.7.3 Ulasan akun Instagram dan TikTok “Voila Jogja”	29
1.8 Subjek Penelitian	31
1.9 Rencana Pembuatan Karya	31
1.9.1 Divisi Kerja dalam Proses	31
1.9.2 Rencana Kerja Individual	32

1.9.3 Portofolio	32
1.9.4 Linimasa	33
1.9.5 Rancangan Anggaran Produksi	34
1.9.6 Storyboard	34
Bab II.....	36
2.1 Gambaran Umum Proyek Produksi Video Komunikasi Pemasaran Digital	36
2.2 Strategi Produksi dan Tahapan Produksi	36
2.3 Tahapan Kerja Produksi Video Komunikasi Pemasaran Digital	38
2.3.1 Pengenalan Proyek Produksi Video	38
2.3.2 Penguatan Pemahaman Proyek Produksi Video	40
2.3.3 Pelaksanaan Produksi Video	41
2.3.3.1 Manajemen Produksi Video Produksi Uji Coba.....	42
2.3.3.2 Manajemen Produksi Video Produksi berdasar Tema	48
2.3.3.2.1 Praproduksi..	48
2.3.3.2.2 Produksi..	49
2.3.3.2.3 Pascaproduksi.	53
2.3.4 Pelaporan Proyek Produksi Video	53
2.3.5 Manajemen Produksi Video Produksi Penyesuaian Akhir.....	54
2.4 Hasil Produksi dan Performa Video Pemasaran Digital.....	57
2.4.1 Tampilan Umum Profil Mitra UMKM	57
2.4.2 Hasil Video Produksi Uji Coba	60
2.4.3 Hasil Video Produksi berdasar Tema	62
2.4.4 Hasil Video Produksi Final.....	64
2.4.5 Keberlanjutan Proyek Skripsi Karya oleh Mitra UMKM	67
Bab III	71
Evaluasi dan Refleksi.....	71
3.1 Evaluasi terhadap Pembelajaran Kolaboratif Produksi Video Pemasaran	71
3.1.1 Evaluasi terhadap Karya.....	71
3.1.2 Evaluasi terhadap Keseluruhan Proses Produksi	72
3.1.3 Evaluasi terhadap Proses Produksi berdasar Pembagian Kerja Tim	73
3.2 Refleksi terhadap Pembelajaran Kolaboratif Produksi Video Pemasaran	74
3.3 Simpulan dan Saran.....	75
Daftar Pustaka	78
Lampiran	89