

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH	3
1.3 TUJUAN MAGANG	3
1.4 MANFAAT MAGANG	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	5
2.2 KERANGKA TEORI	5
2.2.1 <i>INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)</i>	5
2.2.2 PEMASARAN MEDIA SOSIAL	6
2.2.3 KONTEN MEDIA SOSIAL	9
2.2.4 PENGERTIAN DESAIN	12
2.2.5 PENGERTIAN PRODUKSI VIDEO	14
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	15
3.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	15
3.2 STRUKTUR ORGANISASI	16
3.3 DESKRIPSI PEKERJAAN	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 AKTIVITAS PEKERJAAN <i>CONTENT PRODUCTION</i>	20

4.1.1 <i>CONTENT WRITER</i>	20
4.1.2 <i>CREATIVE DESIGN</i>	30
4.1.3 <i>VIDEO PRODUCTION</i>	34
4.1.4 <i>BACKUP DOKUMENTASI</i>	40
4.2 IDENTIFIKASI MASALAH	42
4.2.1 HAK CIPTA	43
4.2.2 <i>PRODUCT KNOWLEDGE</i>	44
4.2.3 KODE ETIK PERIKLANAN.....	45
4.3 SOLUSI DARI MASALAH	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 KESIMPULAN	49
5.2 SARAN	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	