

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSYARATAN & PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Tujuan Magang	5
1.3 Ruang Lingkup & Batasan.....	5
1.4 Lokasi & Waktu Magang.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Komunikasi	7
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	10
2.4 Promosi	14
2.5 Strategi Promosi dalam Komunikasi Pemasaran	16
2.6 Pemasaran Digital / <i>Digital Marketing</i>	18
2.7 Media Sosial.....	25
2.8 Instagram.....	28
2.9 <i>Social Media Specialist</i>	31
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	36
3.1 Profil Perusahaan Hi Jakarta Production	36

3.1.1. Program Kelas Hi Jakarta Production	37
3.1.2. Acara hi Jakarta Production	39
3.1.3. Penghargaan dan Pencapaian Hi Jakarta Production	40
3.1.4. <i>Sponsorship</i> Hi Jakarta Production	42
3.1.5. Logo Hi Jakarta Production.....	43
3.1.6. Struktur Organisasi Hi Jakarta Production.....	43
3.2 Uraian Pelaksanaan Magang	44
3.2.1 Kegiatan Lingkup Administrasi	44
3.2.2 Kegiatan Lingkup Operasional	48
BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Uraian Hasil Magang	51
4.1.1. Uraian Hasil Magang Dalam Lingkup Operasional	52
4.2 Pembahasan.....	78
4.2.1. Penerapan Teori Komunikasi dalam Hi Jakarta Production	78
4.2.2. Penerapan Komjunikasi Pemasaran dalam Hi Jakarta Production..	82
4.2.3. Peranan <i>Promotional Mix</i> dalam Hi Jakarta Production	83
4.2.4. Penerapan RACE pada Digital Marketing dalam	
Hi Jakarta Production	85
4.2.5. Peranan Social Media Specialist dalam Hi Jakarta Production	91
4.2.6. Peranan Instagram dalam Kegiatan Promosi.....	
Hi Jakarta Production.....	96
BAB V PENUTUP
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	A-1
LEMBAR TURNITIN	A-10
CURRICULUM VITAE.....	A-11

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Shannon-Weaver	8
Gambar 3.1 Diagram Anggota Kelas Musical	38
Gambar 3.2 Diagram Anggota Kelas Dance	38
Gambar 3.3 Klien Hi Jakarta Production	43
Gambar 3.4 Logo Hi Jakarta Production.....	43
Gambar 3.5 Struktur Organisasi Perusahaan	44
Gambar 3.6 Rekap Chat Pemegang dengan Vendor di Shopee	45
Gambar 3.7 Moodboard Photoshot	46
Gambar 3.8 Praktik Pemegang Sebagai <i>Stylist</i>	47
Gambar 3.9 Folder Google Drive Hi Jakarta Production.....	48
Gambar 4.1 Kegiatan Rapat dan Evaluasi.....	55
Gambar 4.2 Diskusi Penentuan Konsep dalam Grupchat Whatsapp	56
Gambar 4.3 Folder Google Drive Hi Jakarta Production.....	57
Gambar 4.4 Koreksi dan Review Konten dalam Grupchat Whatsapp.....	58
Gambar 4.5 Persetujuan Tim untuk Pengunggahan Konten	59
Gambar 4.6 Kumpulan Konten Feeds.....	60
Gambar 4.7 Konten Kelas <i>Musical Theater</i>	61
Gambar 4.8 Konten Kelas <i>Dance Intensive / Regular</i>	61
Gambar 4.9 Konten Kelas <i>Contemporary</i>	62
Gambar 4.10 Konten Workshop	63
Gambar 4.11 Konten Workshop <i>Sound of Miracle II</i>	63
Gambar 4.12 Konten Talkshow	64
Gambar 4.13 Konten Promosi <i>Sound of Miracle II</i>	66
Gambar 4.14 Konten Promosi <i>Sound of Miracle II</i>	66
Gambar 4.15 Konten Promosi <i>Sound of Miracle II</i>	67
Gambar 4.16 Penyerahan Sumber Konten <i>Behind The Scene</i>	68
Gambar 4.17 Konten <i>Reels Behind the Scene</i>	68
Gambar 4.18 Konten Rekap Ulang Acara Hi Jakarta Production.....	69
Gambar 4.19 Kumpulan Konten <i>Reels</i>	69
Gambar 4.20 <i>Brief</i> Video Promosi @hijakartaproduction.....	70
Gambar 4.21 Profil Instagram @feistefy	71
Gambar 4.22 Hasil Video dari @feistefy.....	72
Gambar 4.23 Profil Instagram @janecallista	73
Gambar 4.24 Hasil Video dari @janecallista.....	74
Gambar 4.25 <i>Insight Post</i> Instagram @hijakartaproduction.....	77
Gambar 4.26 Model Komunikasi Shannon-Weaver	82
Gambar 4.27 Konten Informasi <i>Workshop dan Talkshow</i>	85
Gambar 4.28 Perencanaan <i>Reach</i> untuk <i>Instagram Ads</i>	88
Gambar 4.29 Konten Informasi <i>Workshop dan Talkshow</i>	89
Gambar 4.30 Konten Penjualan Tiket <i>Sound of Miracle II</i>	91
Gambar 4.31 Games Berhadiah Perayaan Kemerdekaan	91
Gambar 4.32 Respon Positif Lewat Kolom Komentar	95
Gambar 4.33 Peningkatan <i>Insight</i> @hijakartaproduction	97

Gambar 4.34 Profil Akun Instagram @hijakartaproduction.....	98
Gambar 4.35 Peningkatan <i>Insights</i> @hijakartaproduction	99
Gambar 4.36 Analisa <i>Followers</i> Berdasarkan Umur	100
Gambar 4.37 Analisa <i>Followers</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
Gambar 4.38 Analisa <i>Followers</i> Berdasarkan Lokasi.....	101
Gambar 4.39 Analisa Jumlah <i>Reach</i> dari Konten	102
Gambar 4.40 Analisa <i>Reach</i> Konten.....	102
Gambar 4.41 Analisa Jam Aktif Para <i>Followers</i>	103
Gambar 4.42 Analisa Hari Aktif Para <i>Followers</i>	103



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A-1 Lembar Monitoring Bimbingan Magang	A-1
Lampiran A-2 Surat Pengantar Magang (UPH).....	A-2
Lampiran A-3 Surat Bukti Penerimaan Magang.....	A-3
Lampiran A-4 Daftar Informasi Penempatan Magang.....	A-4
Lampiran A-5 Lembar Monitoring Supervisor Magang	A-5
Lampiran A-6 Daftar Informasi Penempatan Magang.....	A-6
Lampiran A-7 Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Magang.....	A-7
Lampiran A-8 Angket Program Magang untuk Perusahaan	A-8
Lampiran A-9 Angket Program Magang untuk Pemegang.....	A-9
Lampiran A-10 Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Magang 4 Bulan	A-10

