

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	4
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan Penelitian	5
I.6 Manfaat Penelitian	5
I.7 Penelitian Terdahulu	5
I.8 Metode Penelitian	6
I.9 Kerangka Penelitian	7
I.10 Sistematika Penulisan	8
BAB II. INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI <i>EVENT</i>	10
II.1 Definisi Internet	10

II.2 Definisi Sosial Media	11
II.2.1 Manfaat Sosial Media	12
II.2.2 Keunggulan Sosial Media	13
II.2.3 Jenis Sosial Media	14
II.3 Instagram	18
II.3.1 Sejarah Instagram	18
II.3.2 Fitur Pada Instagram	21
II.4 Desain	25
II.5 Aspek Visual Dalam Desain Konten	25
II.5.1 Warna	26
II.5.2 Merk dan Logo	27
II.5.3 Ilustrasi	28
II.5.4 Tipografi	29
II.5.5 Tata Letak/Komposisi	30
II.6 Persepsi Visual	30
II.6.1 Persepsi Visual Untuk Desain	33
II.7 Teknik Pengambilan Gambar	34
II.7.1 Sudut Pengambilan Gambar (<i>Camera Angle</i>)	34
II.7.2 Ukuran Gambar	37
BAB III. INSTAGRAM DBL BANDUNG	44

III.1 Profil DBL Indonesia	44
III.2 Instagram DBL Bandung	46
III.3 Unsur-unsur Instagram DBL Bandung	49
III.3.1 Deskripsi atau <i>caption</i>	49
III.3.2 <i>Layout</i> Desain	50
III.3.3 Objek	53
III.3.4 Latar	54
BAB IV. ANALISIS VISUAL KONTEN PERTANDINGAN BASKET PADA INSTAGRAM DBL BANDUNG MENGGUNAKAN PERSEPSI VISUAL	58
IV.1 Implikasi Teori	58
IV.2 Analisis Visual Konten Pertandingan Basket Pada Instagram DBL Bandung Menggunakan Persepsi Visual	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	71
V.1 KESIMPULAN	71
V.2 SARAN	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	76