

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Batasan dan Ruang Lingkup Perancangan.....	7
E. Tujuan Perancangan.....	7
F. Metode Perancangan.....	7
a. Observasi.....	8
b. Wawancara.....	8
c. Studi Pustaka.....	8
d. Kuesioner.....	8
G. Sistematika Penelitian.....	9
1. BAB 1 : PENDAHULUAN.....	9

2. BAB 2 : PERSPEKTIF TEORI.....	9
3. BAB 3 : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	9
4. BAB 4 : KONSEP PERANCANGAN.....	9
5. BAB 5 : PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL.....	10
6. BAB 6 : PENUTUP.....	10
BAB II PERSPEKTIF TEORI.....	11
A. Tinjauan Umum.....	11
1. Kreatif <i>Hashtag</i>	11
2. Teori Komunikasi Visual.....	12
3. Teori Iklan.....	16
4. Teori Media.....	20
5. Teori Strategi Kreatif Periklanan.....	24
6. Teori Komunikasi.....	26
7. Teori Kampanye Sosial.....	29
8. Teori 5A.....	30
9. Teori <i>Copywriting</i>	33
B. Tinjauan Khusus.....	33
1. GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat).....	33
2. <i>Sedentary Lifestyle</i>	37
3. <i>Sedentary Lifestyle</i> selama Pandemi COVID-19.....	39
4. Aktivitas Fisik.....	42
5. Persepsi Khalayak pada Konten Gaya Hidup Sehat.....	46
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	48

A. Data Lapangan.....	48
1. Model <i>Client</i>	48
2. Produk / Layanan / Gagasan.....	51
B. Analisis SWOT.....	52
1. <i>Strength</i>	52
2. <i>Weakness</i>	52
3. <i>Opportunity</i>	53
4. <i>Threat</i>	53
C. Analisis Khalayak Sasaran.....	53
1. Geografis.....	53
2. Demografis.....	53
3. Psikografis.....	54
4. <i>Behavioral</i>	54
5. Kesimpulan Analisis Khalayak Sasaran.....	55
D. Analisis Persaingan dan Pesaing.....	55
E. Laporan Hasil Data Lainnya.....	56
1. Kuesioner.....	56
2. Wawancara.....	58
BAB IV KONSEP PERANCANGAN.....	59
A. Fakta-Fakta Kunci (Key Facts).....	59
B. Tujuan Kampanye Periklanan.....	59
C. Simulasi Proses Adopsi.....	59
D. <i>Insight</i> dan Metode Penggagasan.....	60

1. <i>Insight</i>	60
2. Metode Penggagasan.....	60
E. Strategi dan Konsep Kreatif.....	60
1. Strategi Kreatif.....	60
2. Konsep Kreatif.....	60
F. Keputusan Kreatif.....	61
1. Keputusan Verbal.....	61
2. Keputusan Visual.....	62
G. Strategi Media.....	63
1. <i>Awareness</i>	63
2. <i>Appeal</i>	63
3. <i>Ask</i>	63
4. <i>Action</i>	63
5. <i>Advocate</i>	63
H. Jadwal Media.....	64
I. Biaya Kampanye.....	64
1. Biaya Kreatif.....	64
2. Biaya Produksi.....	64
3. Biaya Media.....	65
4. Total Biaya.....	65
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL.....	66
A. <i>Key Visual</i>	66
B. Youtube Ads.....	67

C. Instagram Feed Ads.....	68
D. Instagram Story Ads.....	69
E. TikTok Ads.....	69
F. Line Ads.....	70
G. Spotify Ads.....	72
H. Instagram Post.....	72
I. Instagram Story.....	77
J. TikTok.....	78
K. #TetapBergerak Versi Kamu.....	79
L. Instagram Filter.....	80
M. Spotify Playlist.....	81
BAB VI PENUTUP.....	82
A. Rangkuman.....	82
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 4.4 Tabel Jadwal Media.....	63
-----------------------------------	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.2 Struktur Organisasi KEMENKES RI.....	50
Bagan 3.5 Diagram Hasil Kuesioner.....	56
Bagan 4.1 Simulasi Proses Adopsi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bow Tie Pattern.....	30
Gambar 2.2 Logo GERMAS.....	32
Gambar 2.3 Logo KEMENKES RI.....	47
Gambar 3.3 Logo GERMAS.....	50
Gambar 3.4 Konten Sosial Media #HealthyAtHome.....	55
Gambar 4.2 Logo Kampanye.....	61
Gambar 4.3 Skema Warna.....	61
Gambar 5.1 Key Visual.....	65
Gambar 5.2 Youtube Ads Mockupl.....	66
Gambar 5.3 Instagram Feed Ads Mockup.....	67
Gambar 5.4 Instagram Story Ads Mockup.....	68
Gambar 5.5 TikTok Ads Mockup.....	68
Gambar 5.6 Line Ads.....	69
Gambar 5.7 Line Ads Mockup.....	70
Gambar 5.8 Spotify Ads Mockup.....	71
Gambar 5.9 Halaman Instagram.....	72
Gambar 5.10 Instagram Post Mockup.....	72
Gambar 5.11 Instagram Post.....	73
Gambar 5.12 Instagram Story.....	76
Gambar 5.13 Halaman TikTok.....	77
Gambar 5.14 #TetapBergerak Versi Kamu.....	78

Gambar 5.15 Filter Teman Bergerak.....	79
Gambar 5.16 Spotify Playlist.....	80