

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Batas dan Ruang Lingkup Perancangan.....	14
E. Tujuan Perancangan.....	16
F. Metode Perancangan.....	17
G. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II PERSPEKTIF TEORI.....	20
A. Tinjauan Umum.....	20
1. Teori Kampanye.....	20
2. Teori Komunikasi.....	21
3. Teori Video.....	24
4. Teori Warna.....	25

5. Teori Media Sosial.....	26
6. Teori Layout.....	28
7. Teori Tipografi.....	29
B. Tinjauan Khusus.....	30
1. Pola Asuh.....	30
2. Pola asuh otoriter.....	30
a. Pengertian pola asuh otoriter.....	30
b. Aspek-aspek pola asuh otoriter.....	33
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi pola asuh otoriter...	36
d. Ciri-ciri pola asuh otoriter.....	37
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	39
A. Data Lapangan	39
1. Organisasi / Perusahaan.....	39
B. Analisis SWOT.....	40
C. Analisis Khalayak Sasaran.....	42
D. Laporan Hasil Data lainnya.....	44
1. Wawancara dengan orang tua.....	44
2. Laporan Hasil Kuisisioner.....	45
3. Laporan Hasil Data lainnya.....	47
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....	49
A. Fakta-Fakta Kunci (<i>Key Facts</i>).....	49
B. Tujuan Perancangan.....	50
C. Simulasi Proses Adopsi.....	50

D. Insight dan Metode Penggagasan.....	52
E. Strategi dan Konsep Kreatif.....	53
F. Keputusan Kreatif.....	54
G. Strategi Media.....	56
H. Jadwal Media.....	59
I. Biaya Kampanye.....	60
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL.....	62
A. Poster.....	62
B. <i>Instagram Feeds Ads</i>	64
C. <i>Instagram Story Ads</i>	64
D. <i>Instagram Feeds</i>	65
E. <i>Instagram Stories</i>	67
F. <i>Microsite</i>	69
G. Video Sosial Eksperimen.....	73
H. <i>Mini Game Filter Instagram</i>	76
BAB VI SARAN DAN KESIMPULAN.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	86