

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Batas dan Ruang Lingkup Perancangan.....	6
E. Tujuan Perancangan .....	7
F. Metode Perancangan .....	7
G. Metode Pengumpulan Data.....	11
H. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II PERSPEKTIF TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Tinjauan Umum .....	13

B. Tinjauan Khusus.....	28
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>37</b>
A. Data Lapangan.....	37
C. Analisis Khalayak Sasaran .....	41
D. Laporan Hasil Data Lainnya .....	42
<b>BAB IV KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>50</b>
A. Fakta-Fakta Kunci ( <i>Key Facts</i> ).....	50
B. Tujuan Perancangan .....	50
C. Simulasi Proses Adopsi.....	51
D. <i>Insight</i> dan Metode Penggagasan .....	53
E. Strategi dan Konsep Kreatif.....	54
F. Keputusan Kreatif.....	56
G. Strategi Media .....	59
H. Jadwal Media .....	62
I. Biaya Kampanye.....	63
<b>BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL .....</b>	<b>64</b>
A. <i>Key visual</i> .....	64
B. <i>Awareness-On-Ground Activity</i> .....	65
C. <i>Awareness-Instagram Story Ads</i> .....	66
D. <i>Appeal-Instagram Feeds dan Stories</i> .....	67

E. <i>Ask-Microsite</i> .....	68
F. <i>Action-Motion graphics</i> .....	69
G. <i>Advocate-Templates Instagram Story</i> .....	72
H. <i>Merchandise</i> .....	72
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>81</b>