

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Batas dan Ruang Lingkup Perancangan	6
E. Tujuan Perancangan	8
F. Metode	9
G. Sistematika Penulisan	12
BAB II PERSPEKTIF TEORI	14
A. Tinjauan Umum	14
B. Tinjauan Khusus.....	24
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	30
A. Data Lapangan.....	30
B. Analisis Khalayak Sasaran	31
C. Laporan Hasil Data Lainnya	33
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	39
A. Fakta-Fakta Kunci (<i>Key Facts</i>)	39
B. Tujuan Perancangan Kampanye Sosial.....	40
C. Simulasi Proses Adopsi.....	40
D. <i>Insight</i> dan Metode Penggagasan	41

E.	Strategi dan Konsep Kreatif.....	43
F.	Keputusan Kreatif.....	45
G.	Strategi Media	56
H.	Jadwal Media	58
I.	Biaya Media dan Kampanye.....	59
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL		61
A.	Tahap AISAS	61
B.	Gimmick	77
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		78
A.	Kesimpulan	78
B.	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		85
A.	Survei <i>Burnout</i>	85
B.	Survei Penggunaan Media dan Gaya Penyampaian.....	91
C.	Percakapan <i>Online</i> Bersama Seseorang yang Pernah Mengalami <i>Burnout</i>	96
D.	Percakapan <i>Online</i> Bersama Sarjana Psikologi.....	98
E.	Transkrip Wawancara Bersama Psikolog	108