

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	3
C. RUMUSAN MASALAH	3
D. BATAS DAN RUANG LINGKUP PERANCANGAN	3
E. TUJUAN PERANCANGAN	4
F. METODE PENGUMPULAN DATA	4
G. SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II PERSPEKTIF TEORI	9
A. TINJAUAN UMUM	9
B. TINJAUAN KHUSUS	23

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	29
A. DATA LAPANGAN	29
B ANALISIS SWOT	31
C. ANALISIS KHALAYAK SASARAN	34
D. LAPORAN HASIL DATA LAINNYA	36
 BAB IV KONSEP PERANCANGAN	 52
A. FAKTA-FAKTA KUNCI (KEY FACTS)	52
B. TUJUAN PERANCANGAN KAMPANYE	52
C. STRATEGI KOMUNIKASI	53
D. INSIGHT DAN METODE PENGAGASAN	55
E. STRATEGI DAN KONSEP KREATIF	56
F. KEPUTUSAN KREATIF	58
G. STRATEGI MEDIA	62
H. MEDIA PLAN KAMPANYE	65
I. CONTENT PLAN INSTAGRAM	66
J. BIAYA KAMPANYE	66
 BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL	 67
A. POSTER	69
B. MEDIA LUAR RUANG DAN INSTAGRAM ADS	69
C. INSTAGRAM FEEDS KAMPANYE	70

D. MICROSITE	71
E. APLIKASI MOBILE	74
F. ON-GROUND ACTIVITION	80
G. KAOS (MERCHANDISE)	81
H. TOTE BAG (MERCHANDISE)	82
I. STICKER (MERCHANDISE)	83
J. PIN (MERCHANDISE)	84
K. INSTAGRAM TEMPLATE ADD YOURS	86
L. MASCOT	88
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. KESIMPULAN	91
B. SARAN	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97