

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Batas dan Ruang Lingkup Perancangan.....	3
E. Tujuan Perancangan	4
F. Metode Perancangan.....	4
G. Sistematika Penulisan	7
BAB II PERSPEKTIF TEORI	10
A. Tinjauan Umum	10
B. Tinjauan Khusus.....	21
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	27

A.	Data Lapangan	27
B.	Analisis SWOT	30
C.	Analisis Khalayak Sasaran.....	32
D.	Laporan Hasil Data Lainnya.....	34
BAB IV KONSEP PERANCANGAN		46
A.	Fakta-Fakta Kunci (<i>Key Facts</i>)	46
B.	Tujuan Perancangan Kampanye Sosial	46
C.	Simulasi Proses Adopsi.....	47
D.	<i>Insight dan Metode Penggagasan</i>	49
E.	Strategi dan Konsep Kreatif	51
F.	Keputusan Kreatif	53
G.	Strategi Media.....	57
H.	Jadwal Media.....	61
I.	Biaya Kampanye	62
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL.....		63
A.	<i>Key Visual</i>	63
B.	<i>Instagram Feeds</i>	64
C.	<i>Instagram Stories</i>	67
D.	<i>Instagram Stories (Character Template)</i>	68

E.	Karakter	68
F.	Aplikasi.....	69
G.	<i>Merchandise</i>	73
H.	<i>Booth Activation</i>	76
I.	<i>Otty Box</i>	77
J.	<i>OOH Media (Sticker Sign, LED Banner, Poster)</i>	77
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		78
A.	Kesimpulan.....	78
B.	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN		83