

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Diagram.....	x
Daftar Gambar.....	xi

Bab I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan.....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.2.3. Batasan Masalah.....	3
1.3. Ruang Lingkup Masalah	4
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Metode Pengumpulan Data	5
1.7. Metode Penelitian	6
1.8. Kerangka Perancangan.....	8
1.8. Pembabakan	10

Bab II. DASAR PEMIKIRAN

2.1. Teknologi	11
2.1.1. Pengertian Teknologi	11
2.1.2. Teknologi Komunikasi.....	12
2.1.3. Gelombang Ketiga	13
2.1.4. Era Informasi.....	15
2.2. Tinjauan Mengenai Gaya Hidup	16

2.2.1. Pengertian Gaya Hidup	16
2.2.2. Sosial Media Sebagai <i>Lifestyle</i>	17
2.3. Perubahan Sosial	17
2.3.1. Perubahan Sosial Didasari Oleh Perubahan Media.....	17
2.3.2. Perubahan Sosial Didasari Media Jejaring Sosial.....	17
2.4. Media	19
2.4.1. Media Komunikasi	19
2.5. Kampanye	21
2.5.1. Pengertian Kampanye	21
2.5.2. Jenis-Jenis Kampanye	22
2.5.3. Sifat Dan Ciri Kampanye	23
2.5.4. Unsur-Unsur Pokok Kampanye	24
2.5.5. <i>The Diffusion Of Innovation Model</i>	25
2.5.6. Strategi Komunikasi Kampanye	26
2.5.6.1 Pengertian Komunikasi	26
2.5.6.2 Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Sosial	28
2.5.6.3 Persuasi Dalam Komunikasi	29
2.5.7. Media Kampanye	30
2.5.8. Pemilihan Media Kampanye	31
2.6. Desain Komunikasi Visual	32
2.6.1. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	32
2.6.2. Unsur-Unsur Desain.....	32
2.6.3. Prinsip-Prinsip Desain.....	38
Bab III. DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1. Data Institusi	42
3.1.1. Kementerian Komunikasi Dan Informatika.....	42
3.1.2. Visi Dan Misi Kemkominfo.....	42
3.1.3. Tugas Dan Fungsi Kemkominfo	43
3.1.4. Struktur Organisasi Kemkominfo	43
3.2. Data Produk	45
3.2.1. Pengertian <i>Smartphone</i>	45

3.2.2. Hubungan Manusia Dengan Smartphone	46
3.2.3. Dampak Negatif Penggunaan Yang Berlebihan	48
3.2.4. Memulai Kebiasaan Baik Dalam Menggunakan <i>Smartphone</i> ...	51
3.3. Data Khalayak Sasaran	52
3.4. Data Proyek Sejenis	54
3.5. Data Hasil observasi.....	58
3.6. Data Hasil Wawancara.....	58
3.7. Data Hasil Kuisisioner	59
3.8. Analisis Data	61
3.8.1. Analisis Sebab Akibat	61
3.8.2. Analisis Komparatif (Perbandingan).....	62
3.8.3. Triangulasi	63
3.8. Sintesa	64

Bab IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1. Strategi Kreatif.....	65
4.2. Konsep Verbal	66
3.2.1. <i>Tagline</i>	66
3.2.2. <i>Bodycopy</i>	66
4.3. Konsep Visual	66
4.3.1. Format Desain	68
4.3.2. <i>Layout</i>	68
4.3.3. Tipografi.....	68
4.3.4. Warna	69
4.4. Visual Utama.....	70
4.3.1. Logo <i>Reconnect</i>	70
4.3.2. <i>Visual Ad</i>	71
4.5. Teknik Dan Perancangan Media	72
4.5.1. Media Primer.....	72
4.5.2. Media Online.....	75
4.5.3. Media Sekunder	76
4.5.3. Media Lainnya	80

Bab V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan	82
5.1. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA	83
----------------------	----

LAMPIRAN.....	85
---------------	----