

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| <i>Tabel 2. 1 Proses Desain Kampanye</i> | 30 |
| <i>Tabel 2. 2 Psikologi Warna</i> | 47 |
| <i>Tabel 2. 3 Struktur Kecerdasan IQ, EQ, dan SQ</i> | 57 |
| <i>Tabel 2. 4 Karakteristik Perkembangan Umum Remaja</i> | 59 |
| | |
| <i>Tabel 3. 1 Kampanye Ayo Ngaji Tiap Hari</i> | 65 |
| <i>Tabel 3. 2 Kampanye dan Event ODOJ</i> | 73 |
| <i>Tabel 3. 3 Nama Akun Media Sosial Kampanye Ayo Ngaji Tiap Hari</i> | 80 |
| <i>Tabel 3. 4 Program Kampanye Official Account Line ‘Teh Jasmine’</i> | 89 |
| <i>Tabel 3. 5 Matriks Analisis Data Proyek Sejenis</i> | 93 |
| <i>Tabel 3. 6 Matriks Analisis Visual Logo</i> | 94 |
| <i>Tabel 3. 7 Matriks Analisis Visual Poster</i> | 97 |
| <i>Tabel 3. 8 Matriks Analisis Visual Media Sosial</i> | 99 |
| <i>Tabel 3. 9 Rangkuman Analisis Observasi, Kuesioner, Wawancara,</i> | 101 |
| | |
| <i>Tabel 4. 1 Sasaran Komunikasi</i> | 104 |
| <i>Tabel 4. 2 Strategi Komunikasi 4W + 2H</i> | 104 |
| <i>Tabel 4. 3 Palet Warna Keseluruhan Perancangan Kampanye ANTH</i> | 110 |
| <i>Tabel 4. 4 Klasifikasi Media Kampanye berdasarkan Proses Komunikasi</i> | 114 |
| <i>Tabel 4. 5 Penjadwalan Media Kampanye</i> | 115 |
| <i>Tabel 4. 6 Perincian Detail Penggunaan Media Kampanye</i> | 116 |
| <i>Tabel 4. 7 Budgetting Media Kampanye</i> | 118 |