

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Daftar Tabel.....	0
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.1 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.6.1 Metode Pengambilan Data.....	6
1.6.2 Metode Analisis Data	7
1.7 Kerangka Perancangan	9
1.8 Pembabakan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Teori Kampanye	11
2.1.1 Kampanye Sosial	11
2.1.2 Tujuan Kampanye.....	11
2.2 Gangguan Kecemasan	12
2.3 Teori Komunikasi.....	13
2.3.1 Proses Komunikasi	13
2.3.2 Fungsi Komunikasi	14
2.3.3 Teori Perilaku Konsumen	14
2.4 Teori Periklanan	15
2.4.1 Pengertian Periklanan	15
2.4.2 Tujuan Periklanan	16
2.4.3 Strategi Kreatif Iklan	16
2.5 Teori Media	17

2.5.1 Pengertian Media	17
2.5.2 Fungsi Media	17
2.5.3 Manfaat Media	17
2.5.4 Media Komunikasi.....	18
2.5.5 Media Kampanye	19
2.5.6 Strategi Media (AISAS).....	19
2.5.7 Virtual Reality.....	19
2.6 Desain Komunikasi Visual	20
2.6.1 Unsur-unsur desain	20
2.6.2 Warna.....	21
2.6.3 <i>Layout</i>	21
2.6.4 Tipografi	22
2.6.5 Ilustrasi.....	22
2.6.6 Fotografi.....	23
2.7 Kerangka Teori.....	23
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA.....	24
3.1 Data Perusahaan.....	24
3.1.1 Profil Perusahaan	24
3.1.2 Sejarah Perusahaan	24
3.1.3 Penghargaan Perusahaan.....	25
3.1.4 Divisi dan Posisi Perusahaan	26
3.1.5 Sosial Media Perusahaan	27
3.1.1 FAB Dan USP Rilis.....	29
3.2 Data Khalayak Sasaran.....	29
3.3 Kampanye Sejenis	35
3.3.1 Happiness Project 2019	35
3.3.2 Creative Tribe (<i>#Pelarian</i>).....	36
3.4 Metode Pengambilan Data	38
3.4.1 Wawancara (Triandari M.Psi)	38
3.4.2 Observasi	40
3.4.3 Kuesioner	47

3.5 Analisis Data Kampanye Sejenis.....	48
3.5.1 Analisis Matriks.....	48
3.5.2 Analisis SWOT	51
3.6 Kesimpulan Hasil Analisis	52
BAB IV KONSEP HASIL PERANCANGAN	55
4.1 Konsep Perancangan.....	55
4.2 Strategi Komunikasi	55
4.2.1 Pendekatan Rasional.....	55
4.2.2 Pendekatan Emosional.....	55
4.3 Strategi Pesan.....	56
4.3.1 Nama Kampanye.....	57
4.3.2 Tagline Kampanye	57
4.3.3 What to Say.....	57
4.3.4 How to Say.....	60
4.3.5 Big Idea.....	60
4.4 Strategi Media.....	60
4.4.1 Model AISAS	61
4.4.2 <i>Output</i> Media	63
4.4.3 Timeline Media.....	65
4.5 Strategi Kreatif.....	65
4.6 Konsep Visual.....	67
4.6.1 Referensi Visual Poster.....	67
4.6.2 Tipografi	67
4.6.3 Moodboard.....	68
4.7 Hasil Perancangan.....	69
4.7.1 Logo	69
4.7.2 TVC	70
4.7.3 Poster	70
4.7.4 Poster Event	71
4.7.5 Podcast Poster	71
4.7.6 Podcast Spotify	72

4.7.7 Vending Machine.....	72
4.7.8 Sosial Media	73
4.7.9 Registration Website.....	74
4.7.10 Virtual Reality Meditation	74
4.7.11 <i>Exhibition Event</i>	75
4.7.12 Content Competition.....	75
4.7.13 Merchandise.....	76
4.7.12 Budgeting.....	76
BAB V KESIMPULAN.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78
Daftar Pustaka.....	80