

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PRODI DAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1. Aspek Teoritis .....	5
1.5.2. Aspek Praktis.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Teori .....	7
2.1.1 Branding .....	7
2.1.2 Desain Komunikasi Visual.....	10
2.1.3 Media Sosial.....	16
2.1.4 Keterlibatan ( <i>Engagement</i> ) .....	17
2.1.5 Konten Kreatif.....	18
2.1.6 Perencanaan Konten ( <i>Content Planning</i> ).....	19
2.1.7 Pilar Konten ( <i>Content Pillar</i> ).....	20
2.1.8 Sustainable Development Goals (SDGs) .....	21
2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
2.2 Kerangka Teori.....	28

2.3	Asumsi Penelitian.....	30
2.4	Ruang Lingkup Penelitian.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN DAN PERANCANGAN.....	32
3.1	Pendekatan Penelitian .....	32
3.2	Kerangka Penelitian .....	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.2	Hasil Penelitian .....	40
4.2.1	Hasil Observasi .....	40
4.2.2	Hasil Studi Dokumentasi.....	41
4.2.3	Hasil Wawancara.....	64
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
4.3.1	Analisis PESO .....	64
4.3.2	Analisis Visual Konten DCS di Instagram.....	66
4.3.3	Matriks Perbandingan .....	82
4.1	Strategi <i>Brand Communication</i> .....	89
4.4	Penarikan Kesimpulan.....	90
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1.	Kesimpulan.....	92
5.2.	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	.....	95
LAMPIRAN	.....	98