

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	2
LEMBAR PERNYATAAN	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	5
ABSTRACT	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL	11
BAB I	12
PENDAHULUAN	12
1.1. Latar Belakang	12
1.2. Identifikasi Masalah	13
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Ruang Lingkup	14
1.5. Tujuan Perancangan	14
1.6. Manfaat Perancangan	15
1.7. Metode Penelitian	15
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	15
1.6.2 Metode Analisis	16
1.8. Kerangka Penelitian	17
1.9. Pembabakan	18
BAB II	19
LANDASAN TEORI	19
2.1. Kampanye	19
2.1.1 Definisi	19
2.1.2 Jenis Kampanye	20
2.1.3 Fungsi Kampanye	20
2.1.4 Tujuan Kampanye	21
2.1.5 Proses Kampanye	21
2.1.6 Dampak Kampanye	22
2.1.7 Pesan Kampanye	23
2.1.8 Media Kampanye	23
2.1.9 Strategi Kampanye	24

2.1.10	Target Audiens Kampanye.....	25
2.2.	Desain Komunikasi Visual	26
2.2.1	Definisi.....	26
2.2.1	<i>27</i>	
2.2.2	Prinsip Desain	27
2.2.3	Elemen Desain.....	28
2.2.4	Elemen Visual	29
2.2.5	<i>Layout</i>	30
2.2.6	<i>Copywriting</i>	30
2.3.	Bagan Teori.....	32
2.4.	Asumsi	32
BAB III.....		33
DATA DAN ANALISIS		33
3.1.	Data Visual, Wawancara dan Kuesioner	33
2.3.1	Wawancara 1: Cut Mala Hayati	33
2.3.2	Wawancara 2: Nadhif Ahmad Dhialdien.....	36
2.3.3	Wawancara 3: Muhammad Emir.....	39
2.3.4	Wawancara 4: Nabila.....	42
2.3.5	Wawancara 5: Farhan	44
2.3.6	Wawancara 6: Dina Afifah	47
2.3.7	Kuesioner	50
2.3.8	Kesimpulan	51
3.2.	Data Target Audiens.....	52
3.3.	Analisis SWOT	52
BAB IV		55
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		55
4.1.	Konsep Perancangan	55
3.1.1	Konsep Pesan	55
3.1.2	Konsep Kreatif	56
3.1.3	Konsep Media	57
3.1.4	Konsep Visual	58
4.2.	Hasil Perancangan	60
3.2.1	Logo.....	60
3.2.2	Media Sosial (Instagram)	61
3.2.3	Spotify.....	62

3.2.4	Video Iklan.....	63
3.2.5	Laman Web	63
3.2.6	<i>Hanging Alley</i>	64
3.2.7	<i>Billboard</i>	65
3.2.8	<i>Banner</i>	66
3.2.9	<i>Timeline Kegiatan</i>	66
BAB V.....		68
PENUTUP		68
5.1.	Kesimpulan	68
5.2.	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		73
6.1.	Wawancara.....	73
6.2.	Kuesioner	76