

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup	5
1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	5
1.6 Metode Perancangan.....	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Jejak Digital	10
2.2 <i>Personal Branding</i> bagi Mahasiswa	11
2.2.1 Mahasiswa.....	11
2.2.2 <i>Personal Branding</i>	11
2.3 Hubungan Antara Jejak Digital dan <i>Personal Branding</i>	12
2.3.1 Membangun <i>Personal Branding</i> Melalui Media Sosial.....	12
2.3.2 Menjaga Identitas <i>Online</i>	14
2.4 Undang-Undang Mengenai Data Pribadi.....	14
2.5 Konsep Animasi	15
2.5.1 Animasi 2D	15
2.5.2 Proses Produksi Animasi.....	16
2.5.3 Prinsip Animasi	19

2.5.4	Gestur	24
2.5.5	Ekspresi	25
BAB III DATA DAN ANALISIS		28
3.1	Metode Penelitian	28
3.1.1	Analisis Data Kualitatif.....	28
3.2	Data dan Analisis Objek	28
3.2.1	Data Khalayak Sasar	28
3.2.2	Analisis Khalayak Sasar.....	29
3.2.3	Data Hasil Observasi.....	29
3.2.4	Analisis Hasil Observasi	39
3.2.5	Data Hasil Wawancara	40
3.2.6	Analisis Hasil Wawancara.....	50
3.3	Data dan Analisis Karya Sejenis.....	51
3.3.1	Data Karya Sejenis.....	51
3.2.2	Analisis Karya Sejenis	69
3.4	Hasil Analisis	70
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		72
4.1	Konsep Perancangan.....	72
4.1.1	Konsep Pesan	72
4.1.2	Konsep Kreatif	73
4.1.3	Konsep Media	73
4.1.4	Konsep Visual	74
4.2	Proses Perancangan	74
4.2.1	Pra-Produksi.....	74
4.2.2	Produksi	78
4.3	Hasil Perancangan	83
4.4	<i>User Testing</i>	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		95