

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Identifikasi Masalah	4
1.1.2 Rumusan Masalah	5
1.2 Ruang Lingkup.....	5
1.2.1 Ruang Lingkup Masalah	5
1.2.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Perancangan	7
1.4 Manfaat Perancangan	7
1.5 Metodologi Penelitian	8
1.5.1 Metode yang Digunakan	8
1.5.2 Metode Pengumpulan Data	8
1.5.3 Metode Analisis	9
1.6 Kerangka Perancangan.....	11
1.7 Sistematika Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Kampanye	13
2.1.1 Pengertian Kampanye	13
2.1.2 Tujuan Kampanye	13
2.1.3 Jenis Kampanye	14

2.1.4 Identifikasi dan Segmentasi Sasaran	14
2.2 Media dan Kampanye	15
2.2.1 Pengertian Media	15
2.2.2 Jenis Media	15
2.2.3 Kelompok Media Periklanan.....	16
2.2.4 New Media	17
2.2.5 Strategi Media	17
2.3 Komunikasi	18
2.3.1 Pengantar Komunikasi	18
2.3.2 Strategi Komunikasi Kampanye	18
2.3.3 Strategi Komunikasi.....	18
2.3.4 Persuasi dalam Komunikasi	19
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	20
2.4.1 Logo	20
2.4.2 Copywriting	20
2.4.3 Warna	20
2.4.4 Tipografi.....	22
2.4.5 Layout	23
2.5 Konsep Diri	24
2.5.1 Pengertian Konsep Diri	24
2.5.2 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri.....	25
2.5.3 Dampak Pengaruh Konsep Diri	25
2.6 Pengertian Kepercayaan Diri	26
2.6.1 Macam Macam Kepercayaan Diri	26
2.6.2 Faktor Mempengaruhi Kepercayaan Diri.....	26
2.6.3 Kecantikan.....	27
2.6.4 Beauty Standards.....	28
2.7 Psikologi Media	29
2.7.1 Pengertian Psikologi Media	29
2.7.5 <i>Hyperkrisis</i>	31
BAB III ANALISIS MASALAH.....	33
3.1 Data Instansi Terkait	33
3.2 Data Kekerasan Psikis terhadap Perempuan (Kekerasan Hyperkrisis).....	35

3.2.1 Permasalahan.....	35
3.2.2 KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia)	36
3.2.3 Data Kasus Perilaku <i>Hyperkrisis</i> di Internet.....	38
3.3 Data Target Audiens	39
3.4 Data Empirik	42
3.4.1 Data Hasil Kuisisioner	42
3.4.2 Data Hasil Wawancara	44
3.5 Data Kampanye Sejenis	49
3.5.1 Kampanye Let’s Shine Bagi Wanita Muda Agar Lebih Merasa Percaya Diri	49
3.5.2 Kampanye “How To Loose Your Weight Properly”	49
3.6 Analisis.....	50
3.6.1 Metode Analisis Matriks Kampanye Sejenis	50
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	53
4.1 Konsep Perancangan	53
4.1.1 Konsep Pesan	53
4.1.2 Konsep Kreatif	55
4.1.3 Konsep Visual	56
4.1.4 Konsep Media	59
4.2 Hasil Rancangan.....	60
4.2.1 Rancangan Logo.....	60
4.2.2 Rancangan Poster	62
4.2.3 Rancangan Gif.....	63
4.2.4 Rancangan Ambient media	64
4.2.5 Rancangan Konten Media Sosial	65
4.2.6 Rancangan Video Sosial Eksperimen	66
4.2.7 Rancangan Event.....	79
4.2.8 Rancangan Perilaku Event	86
BAB V KONSEP PERANCANGAN.....	91
5.1 Simpulan	91
5.2 Saran atau Rekomendasi	91
DAFTAR PUSTAKA	93

LAMPIRAN.....	97
---------------	----