

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