DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 2
I.4 Batasan Masalah 2
I.5 Tujuan Perancangan 3

BAB II ETIKA PENYAMPAIAN KRITIK SOSIAL DI JEJARING SOSIAL.....4
II.1 Komunikasi Massa 4
II.2 Kritik Sosial 4
II.2.1 Fungsi Kritik 5
II.2.2 Kriteria Kritik 5
II.3 Etika 7
II.3.1 Definisi Etika 9
II.3.2 Etika Bermasyarakat 9
II.4 Jejaring Sosial 11
II.5 Fenomena Kritik Sosial Di Indonesia 12
II.6 Kampanye 14
II.7 Hasil Riset 15
II.8 Solusi Permasalahan 17

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 18
III.1 Strategi Perancangan 18
III.1.1 Tujuan Komunikasi 18
III.1.2 Pendekatan Komunikasi 18
III.1.3 Materi Pesan 19
III.1.4 Gaya Bahasa 20
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan 20
III.1.6 Strategi Kreatif 22
III.1.7 Strategi Media 24
III.1.7.1 Pemilihan Media 25
III.1.8 Strategi Distribusi 26
III.2 Konsep Visual.....27
III.2.1 Format Desain 28
III.2.2 Tata Letak (*Layout*).....28
III.2.3 Huruf 29
III.2.4 Warna 30
III.2.5 Studi Karakter 32

BAB IV TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA 35
IV.1 Teknis Produksi 35
IV.2 Media Utama 36
IV.2.1 *Page* Media Sosial Facebook.....36
IV.2.2 *Page* Media Sosial *Twitter*.....37
IV.3 Media Pendukung 37
IV.3.1 Poster Kampanye 38
IV.3.2 Pin / *Button* 39
IV.3.3 Gantungan Kunci 40
IV.3.4 Stiker.....41
IV.3.5 Poster *Event* 42
IV.3.6 Spanduk.....43
IV.3.7 *Flyer*.....44

DAFTAR PUSTAKA 46
LAMPIRAN.....48