DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **ii**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG 1

I.2 IDENTIFIKASI MASALAH 3

I.3 RUMUSAN MASALAH 4

I.4 BATASAN MASALAH 4

I.5 TUJUAN PERANCANGAN 4

I.6 MANFAAT PERANCANGAN 4

BAB II MASYARAKAT MENJADI PEMILIH CERDAS

II.1 Landasan Teori Penelitian 5

II.1.1 Politik 5

II.1.1.1 Partai Politik 5

II.1.1.2 Fungsi Partai Politik 6

II.1.1.3 Jumlah Partai Politik 6

II.1.1.4 Kampanye Partai Politik 7
II.1.1.5 Iklan Partai Politik 7
II.1.1.6 Tingkat Kepercayaan Terhadap Partai Politik 8
II.1.2 Partisipasi Demokrasi 8
II.1.3 Periklanan 10
II.1.4 Kriteria Pemilih Cerdas 10
II.2 Objek Penelitian 11
II.2.1 Pedoman Pendidikan Pemilih 11
II.2.2 Materi Pendidikan Pemilih 12
II.2.3 Rumah Pintar Pemilu 14
II.3 Analisa 15
II.3.1 Data Responden 15
II.3.2 Data Kuesioner 15
II.4 Resume 16
II.5. Solusi Permasalahan 17

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran 18
III.1.1 *Costumer Insight* 19
III.1.2 *Costumer Journey* 19
III.2 Strategi Perancangan 21
III.2.1 Tujuan Komunikasi 21
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 21
III.2.3 *Mandatory* 21
III.2.4 Materi Pesan 22
III.2.5 Gaya Bahasa 22

III.2.6 Strategi Kreatif 22
III.2.7 Strategi Media 26
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu penyebaran Media 34
III.3 Konsep Visual 35
III.3.1 Format Desain 35
III.3.2 Tata Letak 35
III.3.3 Tipografi 37
III.3.4 Illustrasi 37
III.3.5 Warna 39
III.3.6 Unsur Naratif 39
III.3.7 Unsur Sinematik 45
III.3.8 Audio 47

BAB IV STRATEGI MEDIA & TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama 49
IV.1.2 Teknis Produksi 49
IV.2 Media Pendukung – *Attention* 54
IV.3 Media Pendukung – *Interest* 55
IV.4 Media Pendukung – *Search* 56
IV.5 Media Pendukung – *Action* 58
IV.6 Media Pendukung – *Share* 62

Daftar Pustaka 66
Lampiran i