DAFTAR ISI

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

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

BAB II PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH PENGARUH DAN DAMPAK MEDIA SOSIAL
II.1 Landasan Teori tentang Objek 4
II.1.1 Pengertian Media Sosial 4
II.1.2 Jenis Media Sosial dan penggunaannya 5
II.2. Objek Penelitian 11
II.2.1 Pengertian Mahasiswa 11
II.2.2 Psikologis Mahasiswa 12
II.3 Analisis Data 12
II.3.1 Analisa 5W+1H 12
II.3.2 Data Wawancara 13
II.3.3 Data Kuesioner 14
II.3.4 Opini Mahasiswa 15
II.4 *Resume* 17

II.5 Solusi Perancangan 17

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN
III.1 Khalayak Sasaran 19
III.1.1 Demografis 19
III.1.2 Geografis 20
III.1.3 Psikografis 21
III.1.4 *Consumer Insight* 21
III.1.5 *Consumer Journey* 22
III.2 Strategi Perancangan 23
III.2.1 Tujuan Komunikasi 23
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 24
III.2.3 *Mandatory* 25
III.2.4 Materi Pesan 25
III.2.5 Gaya Bahasa 26
III.2.6 Strategi Kreatif 26
III.2.6.1 *Copywriting* 28
III.2.6.2 *Storyline* 28
III.2.6.3 *Storyboard* 31
III.2.6.4 Narasi 38
III.2.8 Strategi Media 39
III.2.7.1 Media Utama 39
III.2.7.2 Media Pendukung 41
III.2.8 Strategi distribusi dan waktu penyebaran media 43
III. Konsep Visual 44
III.3.1 Format Desain 44
III.3.2 Tata Letak (*Layout*) 44
III.3.3 Tipografi 46
III.3.4 Ilustrasi 48
III.3.5 Warna 54
III.3.6 Audio 55

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI
IV.1 Media Utama 56
IV.1.1 Perangkat Produksi 56
IV.2 Teknis Produksi 56
IV.2.1 Pra Produksi 57
IV.2.2 Proses pengambilan video dan *setting* tempat 58
IV.2.3 Produksi 58
IV.4 Pasca Produksi 60
IV.5 Media Pendukung 62

DAFTAR PUSTAKA lxx

LAMPIRAN lxxiiii