DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK ii
ABSTRACT iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GRAFIK x
DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 2
1.3 Rumusan Masalah 2
1.4 Batasan Masalah 3
1.5 Tujuan Perancangan dan Manfaat Perancangan 3
1.5.1 Tujuan Perancangan 3
1.5.2 Manfaat Perancangan 3

BAB II FENOMENA VAPE DI INDONESIA 4
II.1 Landasan Teori 4
II.1.1 Sejarah Rokok Elektrik atau *Vape* 4
II.1.2 Sejarah Rokok Elektrik atau *vape* Di Indonesia 4
II.1.3 Pengertian *Vape* atau Rokok Elektrik 5
II.1.4 Jenis Jenis *Vape* 5
II.1.5 Bagian - Bagian *Vape* 7
II.1.6 Struktur *Vape* 11
II.2 Objek Perancangan 12
II.2.1 Manfaat *Vape* 12
II.2.2 *Vape* dan Para Penggunanya 12
II.2.3 Upaya Pemerintah dan Pihak-Pihak Terkait 14

II.3 Analisa 16
II.3.1 Analisa 5W + 1H 16
II.3.2 Kuisioner 16
II.3.2 Isu dan Opini 24
II.4 Resume 28
II.5 Solusi Perancangan 28

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 29
III.1 Khalayak Sasaran 29
III.1.1 *Consumer Insight* 30
III.1.2 *Consumer Journey* 30
III.2 Strategi Perancangan 31
III.2.1 Tujuan Komunikasi 32
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 32
III.2.3 *Mandatory* 33
III.2.4 Materi Pesan 33
III.2.5 Gaya Bahasa 33
III.2.6 *Strategi Kreatif* 33
III.2.6.1 *Copywritting* 36
III.2.6.2 *Storyline* 36
III.2.6.3 *Storyboard* 40
III.2.7 Strategi *Media* 42
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran *Media* 44
III.3 Konsep *Visual* 45
III.3.1 Format Desain 45
III.3.2 Tata letak 45
III.3.3 Tipografi 47
III.3.4 Warna 48
III.3.5 *Audio* 49

BAB IV *MEDIA* DAN TEKNIS PRODUKSI 50
IV.1 Teknis Produksi 50

IV.2 Teknis Produksi *Media* Utama 50
IV.2 Teknis Produksi *Media* Pendukung 58
DAFTAR PUSTAKA 79
LAMPIRAN 82