

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
KOSAKATA/ <i>GLOSARY</i>	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah.....	4
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	5
BAB II. KONSEP RASA SYUKUR	6
II.1 Konsep Rasa Syukur dan Kesenjangan Generasi.....	6
II.1.1 Landasan Teori Konsep Rasa Syukur.....	6
II.1.2 Karakteristik Dua Generasi: Generasi Xennials dan Generasi Z	13
II.2 Objek Penelitian	18
II.2.1 Instrumen Pembentuk Rasa Syukur.....	19
II.2.2 Kesenjangan (Latar Belakang) Generasi	20
II.2.3 Faktor Budaya dan Sosial yang Mempengaruhi Rasa Syukur	23
II.3 Analisis Permasalahan.....	25
II.3.1 Komunikasi Personal.....	25
II.3.2 Wawancara dan Diskusi Terbuka.....	27

II.3.3	Kuesioner.....	31
II.4	Resume	39
II.4.1	Kesenjangan Generasi dalam Pemaknaan Rasa Syukur.....	39
II.4.2	Pola Pemaknaan Rasa Syukur	40
II.5	Solusi Perancangan.....	43
BAB III.SOLUSI PERANCANGAN		44
III.1	Khalayak Sasaran.....	44
III.1.1	Profil Khalayak Sasaran.....	44
III.1.2	<i>Consumer Journey</i>	47
III.1.3	<i>Consumer Insight</i>	53
III.2	Strategi Perancangan.....	56
III.2.1	Tujuan Komunikasi.....	56
III.2.2	Pendekatan Komunikasi.....	56
III.2.3	<i>Mandatory</i>	66
III.2.4	Materi Pesan.....	67
III.2.5	Gaya Bahasa.....	69
III.2.6	Strategi Kreatif.....	70
III.2.7	Strategi Media.....	72
III.2.8	Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	81
III.3	Konsep Visual.....	94
III.3.1	Format Desain.....	94
III.3.2	Tata Letak (<i>Layout</i>).....	100
III.3.3	Tipografi	104
III.3.4	Ilustrasi.....	106
III.3.5	Warna.....	108
III.3.6	Studi Karakter	109
III.3.7	Identitas Media.....	126
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI		134
IV.1	Teknis Produksi	134
IV.1.1	Tahapan Pra Produksi	134

IV.1.2	Tahapan Produksi.....	138
IV.1.3	Tahapan Pos Produksi.....	139
IV.1.4	Audit <i>Consumer Journey</i>	141
IV.2	Media Utama.....	142
IV.3	Media Pendukung	158
BAB V. KESIMPULAN & SARAN		181
IV.1	Kesimpulan	181
IV.2	Saran	182
DAFTAR PUSTAKA		183
LAMPIRAN.....		190
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		206