

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR KOSAKATA/GLOSARY.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	3
I.3 Rumusan Masalah.....	3
I.4 Batasan Masalah.....	3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. PERMASALAHAN FEAR OF MISSING OUT PADA USIA REMAJA DAN SOLUSINYA.....	5
II.1 Landasan Teori.....	5
II.2 Objek Penelitian <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	9

II.2.1 Pengertian <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	11
II.2.2 Jenis-jenis <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	13
II.2.3 Dampak <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	16
II.3 Analisis Permasalahan <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	21
II.3.1 Observasi.....	24
II.3.2 Wawancara	28
II.3.3 Kuesioner.....	31
II.3.4 Analisis 5W+1H.....	39
II.4 Resume.....	40
II.5 Solusi Perancangan.....	41
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	42
III.1 Khalayak Sasaran.....	42
III.1.1 Demografis.....	42
III.1.2 Geografis.....	43
III.1.3 Psikografis.....	43
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	44
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	45
III.2 Strategi Perancangan.....	50
III.2.1.1 Kampanye.....	51
III.2.1.2 Jenis-jenis Kampanye.....	51
III.2.1.3 Ciri-ciri Pesan Kampanye.....	53
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	53
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	54
III.2.3 <i>Mandatory</i>	59
III.2.4 Materi Pesan.....	61
III.2.5 Gaya Bahasa.....	61
III.2.6 Strategi Kreatif.....	62
III.2.6.1 Keyword & Keyvisual.....	63

III.2.6.2 <i>Copywriting</i>	65
III.2.6.3 <i>Storyline</i>	65
III.2.6.4 <i>Storyboard</i>	69
III.2.7 Strategi Media.....	71
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	77
III.3 Konsep Visual.....	80
III.3.1 Format Desain.....	80
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>).....	81
III.3.3 Tipografi.....	81
III.3.4 Ilustrasi.....	82
III.3.5 Warna.....	82
III.3.6 Audio.....	83
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	85
IV.1 Teknis Produksi.....	85
IV.1.1 Tahap Pra-Produksi.....	85
IV.1.2 Tahap Produksi.....	87
IV.1.3 Tahap Pasca-Produksi.....	89
IV.2 Media Utama.....	90
IV.2.1 Tangkapan Layar Video Kampanye #GueYaGue.....	91
IV.3 Media Pendukung.....	92
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
V.1. Kesimpulan.....	100
V.2. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	107