

Daftar Isi

Daftar Isi.....	7
Daftar Gambar.....	9
Daftar Tabel.....	10
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan & Identifikasi masalah	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat	3
1.4.1 Manfaat Teoritis	3
1.4.2 Bagi Universitas Pembangunan Jaya	3
1.4.3 Bagi Peneliti.....	3
1.4.4 Bagi Remaja.....	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
Bab II Tinjauan Umum.....	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.1.1 Data Jurnal	6
2.1.2 Data Buku	8
2.2 Tinjauan Teori	8
2.2.1 Literasi.....	9
2.2.2 Video Pendek	9
2.2.3 Kampanye Sosial.....	9
2.3 Teori Utama.....	10
2.3.1 Video Pendek	10
2.3.2 Komunikasi Visual	11
2.3.3 Tipografi.....	11
2.3.4 Gradasi Warna	12
2.4 Teori Pendukung	13
2.4.1 Rentang Perhatian	13
2.4.2 <i>Cheap Dopamine</i>	13
2.4.3 Teori Albert Bandura.....	14
2.4.4 Teori Uses and Gratification	14
2.4.5 Teori AISAS	15

2.5	Ringkasan Kesimpulan Teori	18
Bab III	Metodologi Desain	19
3.1	Sistematika Perancangan.....	19
3.1.1	Data Wawancara.....	20
3.2	Metode Pengumpulan Data	23
3.3	Analisis Data	28
3.4	Ringkasan Hasil Analisis	28
3.5	Pemecahan Masalah.....	28
Bab IV	Strategi Kreatif.....	30
4.1	Strategi Komunikasi.....	30
4.2	Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning	30
4.3	Analisa SWOT	31
4.4	Analisa 5W+1H.....	32
4.5	Proses Tahapan Perancangan Video Kampanye.....	34
4.5.1	Sinopsis Video.....	34
4.5.2	Storyboard.....	43
4.5.3	Moodboard	43
4.6	Konsep Kreatif & Gaya Desain	44
4.7	Konsep Visual	44
4.7.1	Visual utama.....	44
4.8	Konsep Verbal	45
4.8.1	Tagline.....	45
4.8.2	Headline, Sub headline, & Bodycopy	46
4.8.3	Tipografi.....	46
4.9	Konsep Perancangan	46
4.9.1	Pra-produksi	46
4.9.2	Produksi	46
4.9.3	Post-Produksi	47
4.10	Penerapan Desain	47
Bab V	Kesimpulan dan Saran.....	49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran.....	49
	Daftar Pustaka	51