

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
Abstrak.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.4.1 Akademis	3
1.4.2 Praktis	3
1.5 Kebaruan	4
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1 Kampanye Sosial dalam Perspektif Kebudayaan.....	5
2.2 Teori Aktivisme Digital melalui Media Sosial	6
2.3 Teori Komunikasi Visual dalam Peran <i>Art Director</i>	7
2.4 Ulasan Karya.....	9
2.4.1 Ulasan Kampanye <i>#BerkainGembira</i> dan <i>#BerkainBersama</i> oleh Swara Gembira	10
2.4.2 Ulasan kampanye <i>#ChooseEarth</i> oleh <i>@chooseearth</i> dan <i>@earthrise.studio</i>	10
2.4.3 Ulasan Kampanye <i>#dibeberkebebarengan</i> oleh <i>@dibeberke</i>	11
BAB III PENGEMBANGAN IDE KARYA KAMPANYE.....	13
3.1 Desain Perencanaan Umum Kampanye Sosial	13
3.2 Implementasi Peran <i>Art Director</i> dalam Kampanye Sosial.....	13
3.3 Rencana Pembuatan Karya	15
3.3.1 Divisi Kerja dalam Proses Produksi	15
3.3.2 Rencana Kerja Individual.....	16

3.4 Output.....	16
3.5 Linimasa Produksi.....	16
3.6 Metode Evaluasi.....	17
BAB IV PERANAN DAN REFLEKSI ART DIRECTOR KAMPANYE	
“SUARAKAN BATIK”	18
4.1 Skema Kerja Kampanye Sosial Suarakan Batik	18
4.2 Perencanaan.....	19
4.2.1 <i>Observasi dan Penentuan Konsep Visual</i>	20
4.2.2 <i>Penentuan Elemen Visual Konten</i>	22
4.2.3 <i>Identitas Visual</i>	24
4.2.4 <i>Pengunggahan Konten</i>	27
4.3 Pelaksanaan	30
4.3.1 <i>Produksi Identitas Visual</i>	30
4.3.2 <i>Produksi Fotografi dan Videografi</i>	36
4.3.3 <i>Produksi Konten Kampanye</i>	40
4.3.4 <i>Implementasi Taktik</i>	49
4.3.5 <i>Monitoring</i>	50
4.4 Evaluasi	51
4.4.1 <i>Laporan Hasil Kampanye</i>	52
4.4.2 <i>Evaluasi Supervisor dan Mitra Kampanye</i>	54
4.4.3 <i>Evaluasi Kampanye</i>	56
4.4.4 <i>Refleksi Kampanye</i>	59
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
5.2.1 <i>Tim</i>	63
5.2.2 <i>Prodi</i>	64
5.2.3 <i>Mitra dan Supervisor</i>	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	70
<i>Lampiran A: Desain visual konten di Instagram</i>	70
<i>Lampiran B: Desain plakat untuk proyek kolaborasi</i>	83

<i>Lampiran C: Desain penunjuk arah kegiatan workshop</i>	<i>84</i>
<i>Lampiran D: Desain id card kegiatan workshop</i>	<i>85</i>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kampanye #BerkainBersama pada Pesta Wastra oleh Swara Gembira	10
Gambar 2.2 Kampanye #ChooseEarth oleh @chooseearth dan @earthrise.studio	11
Gambar 2.3 Kampanye #dibeberkebebarengan oleh @dibeberke.....	12
Gambar 4.1 Bagan skema kerja kampanye Suarakan Batik pada peran Art Director	19
Gambar 4.2 Referensi dan moodboard konsep visual	20
Gambar 4.3 Tipografi Font Megan.....	24
Gambar 4.4 Tipografi font Poppins	25
Gambar 4.5 Palet warna Suarakan Batik.....	27
Gambar 4.6 Pembuatan logo Suarakan Batik di Adobe Illustrator 2020	30
Gambar 4.7 Warna abu-abu pada logo Suarakan Batik.....	31
Gambar 4.8 Ikon canting dan tetesan lilin berwarna abu-abu dan kuning	32
Gambar 4.9 Warna merah bata sebagai latar belakang logo.....	33
Gambar 4.10 Detail titik-titik di samping huruf S dan k	33
Gambar 4.11 Art Direction kepada tim melalui WhatsApp.....	35
Gambar 4.12 Maskot Tika dan “Mas Jawa”	36
Gambar 4.13 Pengambilan gambar di Museum Batik Yogyakarta	36
Gambar 4.14 Pengambilan video di Kampung Batik Giriloyo	37
Gambar 4.15 Pengambilan video di Sembung Batik.....	38
Gambar 4.16 Pengambilan dokumentasi workshop di Museum Batik Yogyakarta	39
Gambar 4.17 Pembuatan ilustrasi digital untuk cover konten	41
Gambar 4.18 Pengambilan gambar batik di Museum Batik Yogyakarta.....	42
Gambar 4.19 Pengeditan karakter Tika di Procreate.....	42
Gambar 4.20 Pengeditan konten di Canva	43
Gambar 4.21 Pengambilan footage di Sembung Batik.....	45
Gambar 4.22 Pengeditan subtitle di CapCut.....	46
Gambar 4.23 Art Direction kepada tim melalui WhatsApp.....	47
Gambar 4.24 Pengeditan cover dengan drawing di Procreate	48