

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan	5
1.5 Manfaat	5
1.6 Kerangka Pemikiran	6
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Perancangan Konten Interaktif “Greenzee Vibes” Sebagai Bentuk <i>Campaign Eco Friendly Lifestyle</i> Melalui Media Sosial Instagram	7
2.1.1 Perancangan	7
2.1.2 Konten Interaktif	9
2.1.3 <i>Campaign</i>	17
2.1.4 <i>Eco Friendly Lifestyle</i>	20
2.1.5 Media Sosial	27
2.1.6 Instagram	27
2.1.7 Generasi Z	32
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.2.1 Promosi Kampanye Diet Kantong Plastik Oleh <i>Greeneration</i> Indonesia	38
2.2.2 Penerapan <i>Green Lifestyle</i> di Griya Lembah Kelurahan Abadijaya Kecamatan Sukmajaya Depok Jawa Barat	39
BAB 3	41

METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Objek Penelitian	41
3.3 Subjek Penelitian	42
3.4 Perencanaan Penelitian	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1 Observasi	43
3.5.2 Wawancara	43
3.5.3 Kuesioner	43
3.6 Model Data/ Penyajian Data	44
3.7 Penarikan Kesimpulan	44
3.8 Kerangka Penelitian	45
3.9 Kerangka Perancangan	46
BAB 4	47
DATA DAN PERANCANGAN	47
4.1 Hasil Observasi	47
4.2 Hasil Wawancara	48
4.3 Hasil Kuisisioner	51
4.4 Kesimpulan Hasil Analisis Data	65
4.4.1 Hipotesis	65
4.5 Perancangan	66
4.5.1 Perancangan Identitas Visual Greenzee Vibes	66
4.5.2 Perancangan Konten Interaktif Greenzee Vibes	76
4.6 Media Pendukung	99
4.7 Perancangan <i>Caption</i> dan <i>Hashtag</i>	101
4.8 Perancangan Media Pendukung	106
4.9 Implementasi Media Pendukung	110
4.10 Efektivitas dan <i>Feedback Test</i>	119
BAB 5	122
KESIMPULAN DAN SARAN	122
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	98