

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Masalah	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Bagi Institusi	5
1.5.2 Bagi Penulis	5
1.5.3 Bagi Masyarakat.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Pengumpulan Data	6
1.7 Kerangka Penelitian	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	9
2.1 Kampanye	9
2.1.1 Pengertian Kampanye	9
2.1.2 Tujuan Kampanye	9
2.1.3 Jenis-jenis Kampanye.....	10
2.2 Periklanan.....	11
2.2.1 Pengertian Periklanan.....	11

2.2.2	Fungsi-fungsi Periklanan	12
2.3	Makanan dan Pangan Jajanan	12
2.3.1	Manfaat Makanan.....	12
2.3.2	Kelompok Media Periklanan.....	13
2.3.3	Pangan Jajanan	13
2.4	Teori Komunikasi.....	14
2.4.1	Teknik Komunikasi.....	14
2.5	Media Kampanye	15
2.5.1	Pengertian Media	15
2.5.2	Perencanaan Media	16
2.6	Teori Perilaku Konsumen	17
2.6.1	Pengertian Perilaku Konsumen	17
2.6.2	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	17
2.7	CSR.....	18
2.7.1	Pengertian CSR.....	18
2.7.2	Konsep Dasar CSR.....	19
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.1	Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.2	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	20
2.8.3	Unsur-unsur Pada Desain	21
2.8.4	Prinsip-prinsip Kerja Desain	28
2.9	Tipografi.....	30
2.9.1	Pengertian Tipografi.....	30
2.9.2	Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual.....	30
2.9.3	Klasifikasi Huruf.....	31
2.10	<i>Layout</i> dan <i>Grid</i>	33
2.10.1	Pengertian <i>Layout</i>	33
2.10.2	Penerapan <i>Grid</i>	33
2.11	Logo	33
	BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	36
3.1	Data	36
3.1.1	Profil Perusahaan	36

3.1.2	Data Produk.....	37
3.1.3	Data Objek dan Statistik.....	38
3.1.4	Data Hasil Observasi.....	46
3.1.5	Data Hasil Wawancara.....	49
3.1.6	Data Khalayak Sasaran	51
3.1.7	Data Hasil Kuesioner	52
3.2	Analisis Matriks	56
3.3	Analisis Kampanye Sejenis.....	57
3.4	Analisis Matriks SWOT	61
3.5	Analisis Masalah	62
	BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	64
4.1	Konsep	64
4.1.1	Konsep Pesan	64
4.1.2	Konsep Kreatif	65
4.1.3	Konsep Media	66
4.1.4	<i>Timeline</i> Media.....	67
4.1.5	Konsep Visual	68
4.2	Proses Perancangan.....	70
4.3	Hasil Perancangan.....	71
	BAB V PENUTUP	82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran.....	82
	DAFTAR PUSTAKA	83
	LAMPIRAN.....	85