

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.6.1 Bagi Lembaga	5
1.6.2 Bagi Daerah	5
1.6.3 Bagi Pembaca	6
1.6.4 Bagi Penulis	6
1.7 Metode Pengumpulan Data	6
1.8 Metode Analisis Data.....	7
1.8 Kerangka Perancangan	7
1.9 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kampanye	10
2.1.1 Pengertian kampanye	10
2.1.2 Tujuan Kampanye	10
2.1.3 Jenis Kampanye.....	11

2.1.4	Model Kampanye	12
2.1.5	Kampanye sosial.....	12
2.1.6	Persuasi dan retorika dalam kampanye : Landasan Kampanye	13
2.1.7	Pesan dalam Kampanye.....	13
2.2	Komunikasi.....	14
2.2.1	Pengertian Komunikasi	14
2.2.2	Komunikasi Persuasi	15
2.2.3	Proses Komunikasi	15
2.2.4	Strategi komunikasi.....	16
2.3	Media	18
2.3.1	Pengertian Media.....	18
2.3.2	Tujuan media.....	19
2.3.3	Jenis – jenis media.....	19
2.3.4	Kelompok media periklanan	20
2.3.5	Strategi Media	21
2.4	Desain Komunikasi Visual	25
2.4.1	Pengertian Desain Komunikasi Visual	25
2.4.2	Unsur Unsur Desain Komunikasi Visual	25
2.4.3	Layout.....	26
2.4.4	Logo.....	27
2.4.5	Tipografi	27
2.4.6	Warna	31
2.4.7	Copywriting.....	33
2.5	Masa Keemasan Anak	34
2.6	Psikologi Anak Usia Dini	36
2.8.1	Pengertian Pelukan	40
2.8.2	Manfaat Pelukan	41
2.9.1	Pengertian <i>Labelling</i>	44
2.10	Piramida Kebutuhan Maslow	47
2.9	Teori Kognitif Anak	50
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		51
3.1	Data Pemberi Proyek	51
	Data P2TP2A Kota Bandung.....	51

3.2	Data Fenomena Anak Bunuh Diri Akibat Penilaian Diri.....	54
3.3	Data Mengenai Pelukan	54
3.4	Komunitas Parenting di Kota Bandung.....	56
3.5	Data Wawancara	59
3.6	Data Observasi	62
3.7	Data Khalayak Sasaran	63
3.7.1	Demografis	63
3.7.2	Psikografis.....	64
3.7.3	Geografis	65
3.8	Analisis Matrix	65
BAB IV	KONSEP DAN PERANCANGAN.....	72
4.1	Konsep Perancangan.....	72
4.1.1	Tujuan Komunikasi.....	72
4.1.2	Strategi Pendekatan Komunikasi.....	72
4.1.3	Strategi Pesan	73
4.1.4	Strategi kreatif.....	74
4.1.5	Strategi Media	76
4.1.6	Strategi Visual	79
4.2	Hasil Perancangan.....	82
4.2.1	Logo Kampanye	82
4.2.2	Poster.....	83
4.2.3	Video	84
4.2.4	X-banner.....	89
4.2.5	Merchandise	90
BAB V	91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92