

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Sistematika Penulisan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	9
2.1 <i>Self Disclosure</i>	9
2.1.1 Pengertian <i>Self Disclosure</i>	9
2.1.2 Dimensi <i>Self Disclosure</i>	9
2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Self Disclosure</i>	10
2.1.4. Tujuan <i>Self Disclosure</i>	12
2.1.5. Resiko <i>Self Disclosure</i>	13
2.2 Perancangan.....	13
2.3 Kampanye	14
2.3.1 Defenisi Kampanye.....	14
2.3.2 Tujuan Kampanye.....	14
2.3.3 Ciri dan Karakteristik Kampanye	15
2.3.4 Jenis-Jenis Kampanye.....	15

2.3.5	Model Kampanye Ostergaard	16
2.3.6	Teori Persuasi Kampanye	18
	2.3.6.1 Teori Persuasi dalam Praktik Kampanye.....	18
2.3.7	Strategi Persuasi Kampanye	22
2.3.8	Faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye.....	24
2.3.9	Faktor Penujang Keberhasilan Kampanye.....	24
2.4	Komunikasi.....	25
	2.4.1 Fungsi dan Tujuan Komunikasi	26
	2.4.2 Komunikasi Massa.....	26
2.5	Desain Komunikasi Visual	28
	2.5.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	28
	2.5.2 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	28
2.6	Psikologi Remaja.....	35
	2.6.1 Tahun-Tahun Masa Remaja.....	35
	2.6.2 Ciri-Ciri Masa Remaja.....	36
	2.6.3 Beberapa Minat pada Remaja	38
	2.6.4 Kondisi yang Mempengaruhi Konsep Diri Remaja.....	39
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		41
3.1	Data Pemberi Proyek	41
	3.1.1 Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia	41
	3.1.2 Sejarah KEMKOMINFO	41
	3.1.2.1 Visi dan Misi	42
	3.1.2.2 Fungsi dan Tugas KEMKOMINFO	42
3.2	Khalayak Sasaran	43
3.3	Kampanye Sejenis	44
	3.3.1 Kampanye Internet Aman dan Sehat	44
3.4	Data.....	45
	3.4.1 Data dari POLRESTABES Bandung	45
	3.4.2 Data Hasil Kuesioner.....	46
	3.4.3 Data Hasil Wawancara	50
	3.4.4 Data Wawancara kepada Target <i>Audiens</i>	51
3.5	Analisis Data.....	52

3.5.1	Analisis Strategi Kampanye dengan SWOT	52
3.5.2	Analisis Matriks SWOT	53
3.5.3	Triangulasi	55
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		56
4.1	Konsep Perancangan.....	56
4.1.1	Strategi Komunikasi	56
4.1.2	Strategi Pesan.....	58
4.1.3	Strategi Visual.....	59
4.1.3.1	Strategi Visual Secara Umum.....	59
4.1.3.2	Strategi Visual Secara Khusus.....	59
4.1.4	Strategi Pendekatan.....	59
4.1.5	Strategi Kreatif.....	60
4.1.6	Strategi Media.....	61
4.1.7	Konsep Visual.....	62
4.1.7.1	Gaya Gambar	62
4.1.7.2	Layout	62
4.1.7.3	Tipografi	62
4.1.7.4	Warna.....	63
4.2	Hasil Perancangan	64
4.2.1	Logo Kampanye.....	64
4.2.2	Video	64
4.2.3	Komik	65
4.2.4	Poster	69
4.2.5	<i>Pop Ads</i>	70
4.2.6	<i>Web Banner</i>	71
4.2.7	<i>Website</i>	71
4.2.8	<i>Capdase Smartphone</i>	71
4.2.9	Stiker LINE.....	72
4.2.10	<i>Mug</i>	73
4.3	Referensi Visual	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		75

5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	