

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN DAN TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Masalah	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.4.1 Tujuan Umum	5
1.4.2 Tujuan Khusus	5
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.5.1 Bagi Akademis	5
1.5.2 Bagi Pembaca	5
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Metode Yang Digunakan	6
1.6.2 Cara Pengumpulan Data	6
1.6.3 Analisis Data	7
1.7 Kerangka Penelitian	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Teori Desain Komunikasi Visual	10
2.2 Teori Kampanye	11
2.2.1 Pengertian Kampanye	11

2.2.2 Jenis Kampanye	11
2.2.3 Sifat dan Ciri Kampanye.....	12
2.2.4 Komunikasi Pada Kampanye	13
2.2.5 Pesan dalam Kampanye	13
2.3 Teori Periklanan	14
2.3.2 Periklanan Layanan Masyarakat	15
2.3.3 Fungsi-fungsi dari Periklanan	15
2.4 Teori Komunikasi.....	16
2.4.1 Efek Komunikasi.....	17
2.4.2 Teknik Komunikasi.....	17
2.5 Media Dalam Kampanye	18
2.5.1 Pengertian Media	18
2.5.2 Perencanaan Media	19
2.6 Teori Perilaku Konsumen	20
2.6.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	20
2.6.2 Macam Peranan dalam Perilaku Konsumen	20
2.7 Teori SWOT	21
2.8 Pangan Jajanan.....	21
2.9 AKG Anak Usia 7-9 Tahun dan Usia 10-12 Tahun	22
2.10 Kecukupan Gizi Burger.....	22
2.11 Event	22
2.12 Teori Unsur-unsur pada Desain	23
2.12.1 Garis	23
2.12.2 Bentuk	23
2.12.3 Warna	24
2.13 Fotografi.....	28
2.14 Tipografi	29
2.15 Klasifikasi Huruf	29
2.16 Copywriting.....	29
2.17 Layout	30
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data Pemberi Proyek	32

3.1.1 Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	32
3.1.2 Profil Perusahaan	33
3.1.3 Visi Misi.....	33
3.1.4 Tugas Pokok Fungsi.....	33
3.2 Data Objek	34
3.3 Data Produk	37
3.4 Data Observasi	38
3.5 Data Wawancara	40
3.6 Data Khalayak Sasaran.....	42
3.7 Data Kampanye Sejenis	45
3.8 Metode Analisis	47
3.8.1 Metode Analisis SWOT.....	47
3.8.2 Analisis SWOT Terhadap Produk Sejenis	49
3.8.3 Analisis Matriks SWOT.....	49
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep Komunikasi.....	51
4.2 Konsep Kreatif	51
4.3 Konsep Media	54
4.3.1 Media Utama	54
4.3.2 Media Pendukung.....	55
4.4 Visual Target Audience.....	57
4.5 Konsep Visual	58
4.6 Konsep Perancangan	61
4.6.1 Studi Logo.....	61
4.6.2 Hasil Perancangan Logo	64
4.7 Spesifikasi Media	65
4.7.1 Media Utama.....	65
4.7.2 Media Pendukung.....	69
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	88
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89

LAMPIRAN.....

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Contoh Garis.....	23
Gambar 2.2	Contoh Bentuk.....	24
Gambar 2.3	Warna Primer.....	26
Gambar 2.4	Warna Sekunder	27
Gambar 2.5	Warna Tersier	27
Gambar 2.6	Warna Netral	28
Gambar 2.7	Huruf serif dan Sans Serif	29
Gambar 3.1	Logo Dinas Kesehatan Kota Bandung	32
Gambar 3.2	Logo Maio Green Burger	37
Gambar 3.3	Logo Kedai Maio Green Burger.....	38
Gambar 3.4	Logo Kampanye Tupperware Bawa Bekal.....	45
Gambar 3.5	Kampanye Tupperware Bawa Bekal.....	46
Gambar 3.6	Kampanye Tupperware Bawa Bekal	47
Gambar 3.7	<i>Challenge</i> Bawa Bekal	47
Gambar 3.8	<i>Mobile Kitchen</i> Bawa Bekal Tupperware.....	48
Gambar 4.1	Visual Target <i>Audience</i> dan Indikator	59
Gambar 4.2	Pengayaan Referensi Visual Poster	60
Gambar 4.3	Warna Perancangan	62
Gambar 4.4	Studi Visual Logo.....	62
Gambar 4.5	Warna Desain	63
Gambar 4.6	Sketsa Perancangan Logo.....	64
Gambar 4.7	Studi Perancangan Logo.....	64
Gambar 4.8	Alternatif Acc Desain Logo.....	65
Gambar 4.9	Hasil Desain Logo	66
Gambar 4.10	Hasil Desain 3D Tampak Luar	67
Gambar 4.11	Hasil Desain Event 3D Tampak Menyeluruh.....	67
Gambar 4.12	Hasil Panggung Desain 3D.....	68
Gambar 4.13	Hasil Desain 3D Tampak Depan	69
Gambar 4.14	Hasil Desain <i>Booth Event</i> 3D.....	69
Gambar 4.15	Poster Kampanye.....	71

Gambar 4.16	Poster Kampanye.....	72
Gambar 4.17	<i>Billboard</i>	73
Gambar 4.18	Penempatan <i>Billboard</i>	74
Gambar 4.19	Iklan Poster Pada Koran	75
Gambar 4.20	<i>Flyer</i>	76
Gambar 4.21	Brosur	77
Gambar 4.22	Umbul-umbul	78
Gambar 4.23	<i>X-Banner</i>	79
Gambar 4.24	<i>X-Banner Event</i>	80
Gambar 4.25	Facebook.....	81
Gambar 4.26	Instagram	82
Gambar 4.27	<i>T-Shirt</i>	83
Gambar 4.28	Pulpen	84
Gambar 4.29	<i>Tumbler</i>	85
Gambar 4.30	Pin.....	86
Gambar 4.31	Gantungan Kunci.....	87
Gambar 4.32	<i>Totebag</i>	88

DAFTAR BAGAN DAN TABEL

Bagan 2.1	Model Kampanye Ostergaard.....	12
Bagan 2.2	Hubungan Antara Tujuan, Isi Pesan, Hasil Kampanye	14
Tabel 1.1	Skema Perancangan.....	8
Tabel 2.4	Tabel Warna	26
Tabel 3.1	Lima Kelompok Gizi	34
Tabel 3.2	Angka Kecukupan Gizi	36
Tabel 3.3	AIO Target Sasaran	44
Tabel 3.4	Analisis SWOT Produk Sejenis.....	50
Tabel 3.5	Analisis Matriks SWOT	51
Tabel 4.1	Analisis AISAS	54
Tabel 4.2	Pendekatan Media Yang Digunakan	55
Tabel 4.3	<i>Timeline</i> Media.....	58

