

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN DAN TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan.....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Ruang Lingkup Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Perancangan	5
1.5.1 Bagi Akademis	5
1.5.2 Bagi Pembaca	5
1.6. Metode Penelitian.....	5
1.6.1. Metode Yang Digunakan.....	5
1.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	6
1.6.3. Metode Analisis	7
1.7. Kerangka Perancangan	9
1.8. Pembabakan.....	10
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1. Kampanye.....	11
2.1.1. Pengertian Kampanye	11
2.1.2. Tujuan Kampanye.....	11
2.1.3. Sifat Kampanye.....	12
2.1.4. Jenis Kampanye	12
2.1.5. Persuasi Kampanye.....	13

2.1.6. Model Kampanye.....	14
2.1.7. Khalayak Segmentasi.....	15
2.1.8. Pesan Kampanye.....	16
2.1.9. Media Kampanye.....	17
2.1.10. Pemilihan Media.....	18
2.1.11. Strategi Kampanye.....	19
2.1.12. Startegi Kreatif.....	19
2.2. Ilmu Komunikasi.....	20
2.2.1. Konseptualisasi.....	21
2.2.2. Konteks Komunikasi.....	23
2.3. Media.....	25
2.3.1. Media Massa.....	25
2.4. Event.....	27
2.5. Desain Komunikasi Visual.....	29
2.5.1. Ilustrasi.....	30
2.5.2. Fotografi.....	30
2.5.3. Tipografi.....	30
2.5.4. Logo.....	32
2.5.5. Warna.....	32
2.5.6. Layout.....	35
2.5.7. Copywriting.....	37
2.5.8. Unsur Desain.....	37
2.6. Analisis SWOT.....	40
2.7. AISAS.....	41
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1. Data Pemberi Proyek.....	42
3.1.1. Badan Ketahanan Pangan.....	42
3.1.2. Visi dan Misi.....	43
3.1.3. Tugas dan Fungsi.....	43
3.1.4. Struktur.....	44
3.2. Data Produk.....	44
3.2.1. Kampung Cirendeu.....	44
3.3. Data Observasi dan Wawancara.....	46
3.3.1. Observasi.....	46

3.3.2. Wawancara.....	47
3.4. Khalayak Sasaran	48
3.4.1. Demografis.....	48
3.4.2. Geografis.....	49
3.4.3 Psikografis	49
3.4.4 Prilaku Konsumen.....	50
3.4.5 Demografis Kota Bandung	51
3.4.6 Data Produk Sejenis.....	51
3.4.7 Kondisi Ketersediaan Pangan	52
3.5 Analisis Data dan Fakta	53
3.5.1 Analisis Data Kuesioner	54
3.6 Analisis SWOT	54
3.6.1 Analisis Tinjauan Media.....	61
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep.....	63
4.1.1. Konsep Komunikasi.....	63
4.1.2. Konsep Kreatif.....	63
4.1.3. Konsep Media	66
4.1.4 Visual Target Audiens.....	70
4.1.5 <i>Consumer Journey</i>	71
4.2 Konsep Visual	72
4.2.1 Gaya Gambar	72
4.2.2 <i>Layout</i>	72
4.2.3 Tipografi	73
4.2.4 Warna	74
4.3 Studi Visual.....	75
4.4 Hasil Perancangan.....	76
4.4.1 Logo	76
4.4.2 Poster.....	77
4.4.3 <i>Video Teaser</i>	82
4.4.4 <i>Event</i>	87
4.4.5 <i>Poster Event</i>	91
4.4.6 <i>Flyer</i>	92
4.4.7 Brosur.....	92

4.4.8 Spanduk.....	93
4.4.9 Billboard	94
4.4.10 Media Sosial.....	94
4.4.11 <i>X-banner</i>	95
4.4.12 Umbul-Umbul.....	96
4.4.13 Ticket	97
4.4.14 <i>Gimmick</i>	97
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan.....	98
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	101