

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	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 .....	4
1.3.1 Apa .....	4
1.3.2 Siapa .....	4
1.3.3 Mengapa .....	4
1.3.4 Kapan .....	4
1.3.5 Dimana .....	4
1.3.6 Bagaimana .....	4
1.4 Tujuan Perancangan .....	4
1.4.1 Tujuan Khusus .....	5
1.4.2 Tujuan Umum .....	5
1.5 Manfaat Perancangan .....	5
1.5.1 Bagi Masyarakat Kota Bandung Khususnya .....	5
1.5.2 Bagi Pemilik .....	5
1.5.3 Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi .....	5
1.6 Metode Penelitian .....	6
1.6.1 Metode Yang Digunakan .....	6
1.6.2 Cara Pengumpulan Data .....	6
1.6.3 Analisis .....	7

1.7 Kerangka Berpikir .....	8
1.8 Pembabakan .....	9
1.8.1 Bab I Pendahuluan .....	9
1.8.2 Bab II Landasan Teori .....	9
1.8.3 Bab III Data dan Analisis Masalah .....	9
1.8.4 Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan .....	9
1.8.5 BAB V Penutup .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Komunikasi .....	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	10
2.1.2 Konsep Komunikasi .....	10
2.1.3 Model Komunikasi .....	11
2.2 Kampanye .....	12
2.2.1 Pengertian Kampanye .....	12
2.2.2 Jenis Kampanye .....	13
2.2.3 Model Kampanye .....	14
2.2.4 Pelaku Kampanye .....	16
2.2.5 Sasaran Khalayak Kampanye .....	17
2.2.6 Persuasi dalam Praktik Kampanye .....	19
2.2.7 Strategi Kreatif .....	21
2.3 Media .....	21
2.3.1 Pengertian Media .....	21
2.3.2 Pemilihan Media .....	22
2.3.3 Kelompok Media Periklanan .....	26
2.4 Desain Komunikasi Visual .....	26
2.4.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual .....	26
2.4.2 Unsur dalam Desain Komunikasi Visual .....	27
2.4.3 Prinsip Kerja Desain Komunikasi Visual .....	34
2.5 Periklanan .....	35
2.5.1 Pengertian Periklanan .....	35
2.5.2 Kreativitas dalam Periklanan .....	35
2.5.3 Elemen dalam Periklanan .....	37

2.6 Iklan Layanan Masyarakat .....	39
2.6.1 Pengertian Iklan Layanan Masyarakat .....	39
2.6.2 Pesan pada Iklan Layanan Masyarakat .....	39
2.7 Ilustrasi .....	40
2.7.1 Pengertian Ilustrasi .....	40
2.7.2 Fungsi Ilustrasi .....	40
2.7.3 Ilustrasi Anak .....	40
2.8 Tipografi .....	41
2.8.1 Pengertian Tipografi .....	41
2.8.2 Unsur dalam Desain Komunikasi Visual .....	41
2.8.3 Pemilihan Huruf .....	42
2.8.4 Klasifikasi Tipografi .....	43
2.9 Layout .....	45
2.9.1 Pengertian Layout .....	45
2.9.2 Prinsip Layout .....	45
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>46</b>
3.1 Data .....	46
3.1.1 Data Objek .....	46
3.1.2 Data Pemberi Proyek .....	51
3.1.3 Data Khalayak Sasaran .....	52
3.1.4 Data Proyek Sejenis .....	53
3.1.5 Data Hasil Wawancara, Observasi, dan Kuesioner .....	57
3.2 Analisis Data .....	63
3.2.1 Analisis SWOT .....	63
3.2.2 Matriks SWOT .....	64
3.2.3 Analisis Khalayak Sasaran .....	65
3.2.4 Analisis Media .....	66
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	67
4.1.1 Konsep Pesan .....	67
4.1.2 Konsep Kreatif .....	68
4.1.3 Konsep Visual .....	69

4.1.4 Konsep Media .....	71
4.2 Proses Perancangan .....	74
4.2.1 Studi Logo .....	74
4.2.2 Studi Visual .....	76
4.3 Hasil Perancangan .....	76
4.3.1 Logo .....	76
4.3.2 Media Utama .....	77
4.2.3 Media Pendukung .....	81
<b>BAB V Simpulan dan Saran</b> .....	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>92</b>
<b>Lampiran</b> .....	<b>95</b>