

## DAFTAR ISI

<b>Daftar Isi.....</b>	<b>i</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Grafik.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Cara Pengumpulan Data.....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Metode Analisis Data.....	4
1.6 Kerangka Perancangan.....	6
1.7 Pembabakan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi.....	10
2.1.3 Tahapan Komunikasi.....	10
2.1.3 Komunikasi Massa.....	10
2.1.3 Efek Komunikasi Massa.....	11
2.2 Kampanye.....	12
2.2.1 Tujuan Kampanye.....	12
2.3.2 Jenis Kampanye.....	13
2.3.3 Sasaran Kampanye.....	13
2.3.4 Pesan Kampanye.....	14
2.3.5 Strategi Kampanye.....	15
2.3 Perencanaan Media.....	16

2.3.1 Media Periklanan.....	16
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	19
2.4.1 Prinsip-prinsip Dasar Desain.....	19
2.5 Layout.....	21
2.5.1 Grid.....	21
2.5.2 Komponen Iklan Media Cetak.....	23
2.6 Ilustrasi.....	23
2.6.1 Pengayaan Minimalis.....	25
2.6.2 Karakter.....	23
2.6.3 Infografis.....	25
2.7 Tipografi.....	25
2.8 Warna.....	29
2.8.1 Psikologi Warna.....	25
2.9 Matriks Perbandingan.....	31
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>31</b>
3.1 Data.....	33
3.1.1 Data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.....	33
3.1.2 Struktur Organisasi Kemdikbud.....	34
3.1.3 Data Ditjen PAUD dan Dikmas.....	35
3.1.4 Visi Ditjen PAUD dan Dikmas.....	35
3.1.5 Struktur Organisasi Ditjen PAUD dan Dikmas.....	36
3.1.6 Data Direktorat Pembinaan Pendidikan Keluarga.....	36
3.1.7 Visi Direktorat Pembinaan Pendidikan Keluarga.....	37
3.1.8 Model Jalinan Kemitraan.....	38
3.1.9 Struktur Organisasi Direktorat Pembinaan Pendidikan Keluarga.....	39
3.2 Data Program Direktorat Pembinaan Pendidikan Keluarga.....	39
3.2.1 Program Pelaksanaan Gerakan 10 Menit Membacakan Cerita.....	39
3.2.2 Hasil Yang Ingin Dicapai.....	41
3.2.3 Alur Monitoring, Evaluasi dan Pelaporan Program.....	42
3.2.4 Upaya Yang Sudah Dilakukan.....	42
3.2.5 Data Khalayak Sasaran.....	44
3.3 Data Proyek Pemandangan.....	45

3.3.1 Reading Bugs .....	45
3.3.2 Ayo Dongeng Indonesia .....	48
3.3.3 Read Aloud 15 Minutes .....	51
3.4 Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner.....	53
3.4.1 Wawancara Kepada Kemdikbud .....	53
3.4.2 Wawancara Kepada Pendiri Komunitas Read Aloud Indonesia .....	54
3.4.2 Wawancara Kepada Psikolog Anak.....	54
3.4.3 Wawancara Kepada Pendongeng Internasional.....	58
3.4.4 Wawancara Kepada Orang tua Anak.....	59
3.5 Data Hasil Kuesioner .....	60
3.6 Analisis Hasil Data Perbandingan.....	67
3.6.1 Analisis Berdasarkan Kegiatan Yang Dilakukan.....	67
3.6.2 Analisis Berdasarkan Teori Desain.....	68
3.6.3 Analisis Berdasarkan Media Sebagai Penyampaian Pesan.....	70
3.7 Pengambilan Kesimpulan.....	72
<b>BAB IV KONSEP &amp; HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>73</b>
4.1 Konsep Pesan .....	73
4.2 Konsep Komunikasi .....	73
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	74
4.2.2 Sasaran Komunikasi .....	74
4.2.3 Strategi Komunikasi .....	75
4.2.4 Tagline .....	75
4.3 Konsep Kreatif .....	76
4.4 Konsep Media .....	78
4.4.1 Pemilihan Media .....	78
4.4.2 Perencanaan Media .....	82
4.4.3 Penjadwalan Media.....	83
4.4.4 Budgeting Media.....	84
4.5 Konsep Visual .....	86
4.5.1 Konsep Visual Logo .....	86
4.5.2 Konsep Visual Media Kampanye .....	89

4.6 Hasil Perancangan .....	94
4.6.1 Logo Cerita .....	94
4.6.2 Media Kampanye Cerita .....	96
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	107
<b>LAMPIRAN</b> .....	110