

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</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.....	3
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.8 Teori dan Analisis.....	6
1.9 Pembabakan.....	8
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN.....</b>	<b>8</b>
2.1 Kampanye.....	9
2.1.1 Jenis-Jenis Kampanye.....	10
2.1.2 Fungsi Kampanye.....	10
2.1.3 Proses Perancangan Kampanye.....	11
2.1.4 Kampanye Sosial.....	12
2.2 Komunikasi.....	14
2.2.1 Proses Komunikasi.....	14
2.2.2 Sarana dan Alat Komunikasi.....	15

2.2.3	Media Penunjang Komukasi dalam Periklanan.....	16
2.3	Tinjauan Desain.....	19
2.3.1	Prinsip Dasar Desain.....	19
2.3.2	Daya Tarik Desain.....	21
2.3.3	Ruang Lingkup Desain.....	22
2.4	Desain Komunikasi Visual.....	23
2.4.1	<i>Layout</i> .....	23
2.4.2	<i>Logo</i> .....	24
2.4.3	Warna.....	24
2.4.4	<i>Ilustrasi</i> .....	25
2.4.5	<i>Tipografi</i> .....	25
2.5	Kantong Plastik Belanja.....	27
2.6	Konsumen dan Perilaku Konsumen.....	28
2.6.1	Proses keputusan konsumen.....	29
2.6.2	Ciri – Ciri Konsumen.....	31
2.6.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli.....	32
2.6.4	Konsumen dan Gaya hidup.....	34
2.6.5	Keputusan Membeli Konsumen.....	35
2.7	Psikologi Perkembangan Masa Dewasa dan Tua.....	35
2.8	Minimarket.....	36
2.9	<i>Goodybag Barcode</i> .....	36
<b>BAB III ANALISIS DATA.....</b>		<b>38</b>
3.1	Kota Bandung.....	38
3.1.1	Visi dan Misi Kota Bandung.....	39
3.2	Gaya Hidup.....	41
3.3	Pusat Berlanjaan.....	42
3.4	Plastik.....	43
3.4.1	Kantong Plastik.....	44
3.4.2	Cara Pembuatan Kantong Plastik.....	45
3.4.3	Pengolahan Limbah Kantong Plastik.....	45
3.4.4	Dampak Sampah Plastik .....	46

3.5	Data Analisis Kantong Plastik Berbayar.....	50
3.6	Hasil penyebaran questioner terhadap konsumen.....	58
3.7	Data sampah kota bandung dari bulan Mei – Juli 2016.....	61
3.8	Data Observasi dan Kuisisioner.....	63
3.9	Data Khalayak Sasaran.....	65
3.8.1	Psikografis.....	66
3.8.2	Geografis.....	66
3.8.3	Analisis Sebab-Akibat.....	67
3.9	Analisis Isi Program Kampanye.....	67
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>		<b>69</b>
4.1	Konsep Perancangan.....	69
4.1.1	Strategi Komunikasi.....	69
4.1.2	Strategi Pesan.....	71
4.1.3	Strategi Visual.....	72
4.1.4	Strategi Pendekatan.....	73
4.1.5	Strategi Kreatif.....	74
4.1.6	Strategi Media.....	75
4.1.7	Konsep Visual.....	78
4.2	Proses Perancangan.....	79
4.2.1	Ide.....	79
4.2.2	Deskripsi Perancangan.....	79
4.2.3	Logo Kampanye.....	80
4.2.4	Typografi.....	81
4.2.5	Warna.....	83
4.2.6	<i>Layout</i> pada Poster.....	84
4.3	Visual Karya.....	84
4.3.1	<i>Goodybag Barcode</i> .....	84
4.3.2	Media Pendukung.....	85
4.4	<i>Time Schedule</i> .....	96
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>97</b>
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran.....	98

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>
<b>BIODATA.....</b>	<b>103</b>