

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	ii
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR</b>	iv
<b>ABSTRAK</b>	vi
<b>ABSTRACT</b>	vii
<b>DAFTAR ISI</b>	viii
<b>DAFTAR SKEMA</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xii
<b>DAFTAR TABEL</b>	xiii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
1.1. Pendahuluan	1
1.2. Permasalahan	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup	4
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Manfaat Perancangan	5
1.5.1. Bagi Perancang	5
1.5.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	5
1.5.3. Bagi Masyarakat	5
1.6. Metodologi Pengumpulan Data	5
1.6.1. Metodologi Pengumpulan Data	5
1.6.2. Metode Analisis Data	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8. Sistematika Penulisan	8
<b>BAB II: DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1. Kampanye	9

2.1.1. Pengertian Kampanye	9
2.1.2. Tujuan Kampanye	10
2.1.3. Jenis-jenis Kampanye	10
2.1.4. Model Kampanye	11
2.1.5. Kampanye Sosial	12
2.1.6. Persuasi dan Retorika dalam Kampanye	12
2.1.7. Pesan pada Kampanye	13
2.2. Komunikasi dalam Kampanye	14
2.2.1. Pengertian Komunikasi	14
2.2.2. Proses Komunikasi dalam Kampanye	14
2.2.3. Tujuan Komunikasi dalam Kampanye	15
2.2.4. Strategi Komunikasi dalam Kampanye	16
2.3. Desain Komunikasi Visual	18
2.3.1. Layout	18
2.3.2. Logo	19
2.3.3. Warna	19
2.3.4. Tipografi	21
2.3.5. Copywriting	23
2.3.6. Estetika dalam Desain	24
2.4. Perancangan Media dan Strategi dalam Kampanye	25
2.4.1. Pengertian Media	25
2.4.2. Media Kampanye	26
2.4.3. Perancangan Strategi Kreatif	28
2.5. Kekerasan terhadap Anak	30
2.5.1. Pengertian Kekerasan terhadap Anak	30
2.5.2. Jenis-jenis Kekerasan Fisik terhadap Anak	31

### **BAB III: DATA DAN ANALISIS**

3.1. Data Pemberi Proyek	32
3.1.1. Data PPTPPA Kota Bandung	32
3.1.2. Data Kementerian Perlindungan dan Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak	34
3.2. Data Kekerasan terhadap Anak	35
3.3. Data Kampanye Sejenis	38

3.3.1. <i>Only for Children</i> -----	38
3.3.2. <i>#ENDViolence</i> -----	41
3.3.3. Sosialisasi dan Kampanye Pencegahan KDRT Secara Dini -----	45
3.3.4. Analisis Data Kampanye Sejenis -----	47
3.4. Data Empirik -----	50
3.4.1. Data Hasil Observasi -----	50
3.4.2. Data Kuesioner -----	51
3.4.3. Data Hasil Wawancara -----	51
3.5. Data Khalayak Sasaran -----	51
3.6. Pesan Kampanye -----	53

#### **BAB IV: KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

4.1. Konsep Perancangan -----	55
4.1.1. Tujuan Komunikasi -----	55
4.1.2. Strategi Komunikasi Kampanye -----	55
4.1.3. Pesan Kampanye -----	56
4.1.4. Strategi Kreatif -----	57
4.1.5. Strategi Media -----	60
4.1.6. Strategi Visual -----	63
4.2. Hasil Perancangan -----	66
4.2.1. Logo Kampanye -----	66
4.2.2. Event -----	69
4.2.3. Poster Event -----	70
4.2.4. Poster Kampanye -----	71
4.2.5. Poster Teaser -----	72
4.2.6. Leaflet -----	73
4.2.7. X-Banner -----	74
4.2.8. Merchandise -----	74
4.2.9. Facebook Ads -----	75

#### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan -----	76
5.2. Saran -----	76

#### **DAFTAR PUSTAKA**