

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan	ii
Kata Pengantar	iii
Abstract	v
Abstrak	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.5.1 Bagi para Pelajar	5
1.5.2 Bagi Akademis	5
1.5.3 Bagi Penulis dan Rekan-rekan Seprofesi	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode Yang Digunakan	5
1.6.2 Cara Pengumpulan Data	6
1.7 Skema Perancangan	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II Dasar Pemikiran	9
2.1 Kampanye	9
2.1.1 Pengertian Kampanye	9

2.1.2 Sifat Dan Ciri Kampanye	9
2.1.3 Jenis Kampanye	10
2.1.4 Persuasi Sebagai Titik Tolak Kampanye	10
2.1.5 Faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye	10
2.2 <i>Peer Counseling</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Peer Counseling</i>	11
2.2.2 Pentingnya Relasi Teman Sebaya	15
2.3 <i>Bullying</i>	16
2.3.1 Pengertian <i>Bullying</i>	16
2.3.2 Jenis-Jenis <i>Bullying</i>	17
2.3.3 Dampak <i>Bullying</i>	17
2.3.4 <i>Bullying</i> di Sekolah di Perkotaan	18
2.3.5 Faktor Terjadinya <i>Bullying</i>	18
2.4 Perkembangan Sosial Pada Remaja	19
2.5 Desain Komunikasi Visual	20
2.5.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	20
2.5.2 Unsur-unsur Visual	21
2.5.3 Warna	22
2.5.4 Layout	24
2.5.5 Tipografi	24
2.5.6 Logo	26
2.6 Pesan	28
2.6.1 Pesan Sebagai Tujuan Komunikasi	29
2.6.2 Copywriting	29
2.7 Strategi Kreatif	30
2.8 Media	31
2.8.1 Pengertian Media	31
2.8.2 Pemilihan Media	32
2.8.3 Strategi Media	33
2.8.4 Media Sosial	34

BAB III Data Dan Analisis Masalah	35
3.1 Data Institusi	35
3.1.1 Data Komisi Perlindungan Anak Indonesia	35
3.1.2 Data Kasus Perlindungan Anak	39
3.2 Data Objek	42
3.2.1 Bullying Relasi Sosial	42
3.2.2 Perbedaan Individual	43
3.3 Data Khalayak	45
3.4 Data Kegiatan Sejenis	53
3.5 Data Hasil Observasi Dan Wawancara	54
3.5.1 Wawancara Ahli	54
3.5.2 Observasi	55
3.5.3 Wawancara Khalayak	56
3.6 Analisis Masalah	56
3.6.1 Analisis 5W+1H	56
3.6.2 Analisis SWOT Kegiatan Sejenis	57
3.6.3 Analisis Kegiatan Sejenis	58
3.7 Kesimpulan Analisis	58
3.8 Pesan	59
BAB IV Konsep Dan Hasil Perancangan	60
4.1 Konsep Pesan	60
4.1.1 Gaya Bahasa	60
4.2 Konsep Kreatif	60
4.2.1 Strategi Komunikasi	61
4.2.2 Pendekatan Komunikasi	61
4.3 Konsep Media	61
4.3.1 Penjadwalan Media	63
4.4 Konsep Visual	64
4.4.1 Referensi Logo Event	64
4.4.2 Referensi Visual Media	66

4.5 Hasil Perancangan	67
BAB V Penutup	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
Daftar Pustaka	81
Lampiran	84