

## DAFTAR ISI

|                                                                                          |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                                                      | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                                                  | ii   |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                                                                  | iii  |
| KATA PENGANTAR .....                                                                     | iv   |
| ABSTRAK .....                                                                            | vi   |
| DAFTAR ISI .....                                                                         | viii |
| DAFTAR TABEL .....                                                                       | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                      | xii  |
| DAFTAR BAGAN .....                                                                       | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                                  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                                 | 1    |
| 1.2 Permasalahan .....                                                                   | 5    |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah .....                                                         | 5    |
| 1.2.2 Rumusan Masalah .....                                                              | 5    |
| 1.3 Ruang Lingkup .....                                                                  | 5    |
| 1.4 Tujuan Perancangan .....                                                             | 6    |
| 1.5 Metode Pengumpulan Data .....                                                        | 7    |
| 1.6 Kerangka Perancangan .....                                                           | 8    |
| 1.7 Pembabakan .....                                                                     | 9    |
| BAB II DASAR PEMIKIRAN .....                                                             | 10   |
| 2.1 Perancangan .....                                                                    | 10   |
| 2.2 Kampanye .....                                                                       | 10   |
| 2.2.1 Tujuan Kampanye .....                                                              | 12   |
| 2.2.2 Persuasi dan Retorika dalam Kampanye Persuasi dan<br>Retorika dalam Kampanye ..... | 13   |
| 2.2.3 Jenis-jenis Kampanye .....                                                         | 14   |
| 2.2.4 Kampanye Sosial .....                                                              | 15   |
| 2.2.5 Model Kampanye .....                                                               | 15   |
| 2.2.6 Komunikasi dalam Kampanye .....                                                    | 22   |

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.6.1 AIDA .....                                             | 23 |
| 2.2.7 Pesan dalam Kampanye .....                               | 24 |
| 2.2.7.1 Pengaruh Pesan Terhadap Keberhasilan<br>Kampanye ..... | 24 |
| 2.3 Media .....                                                | 25 |
| 2.3.1 New Media .....                                          | 26 |
| 2.4 Desain Komunikasi Visual .....                             | 27 |
| 2.4.1 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual .....               | 28 |
| 2.4.2 Tipografi .....                                          | 29 |
| 2.4.3 Layout .....                                             | 31 |
| 2.4.4 Warna .....                                              | 33 |
| 2.4.5 Teori SWOT .....                                         | 33 |
| 2.4.6 Copywriting .....                                        | 34 |
| 2.4.7 Fotografi Dokumentasi .....                              | 34 |
| 2.4.8 Media Informasi .....                                    | 35 |
| 2.5 Suporter .....                                             | 36 |
| 2.5.1 Rivalitas .....                                          | 37 |
| 2.5.2 Kerusuhan .....                                          | 38 |
| BAB III DATA DAN ANALISIS .....                                | 39 |
| 3.1 Data Pemberi Proyek .....                                  | 39 |
| 3.1.1 Visi dan Misi PT Persib Bandung Bermartabat .....        | 40 |
| 3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....                     | 41 |
| 3.2 Data Produk .....                                          | 42 |
| 3.2.1 Bobotoh Persib .....                                     | 42 |
| 3.2.2 The Jakmania .....                                       | 44 |
| 3.2.3 Rivalitas Bobotoh dan The Jakmania .....                 | 44 |
| 3.3 Data Khalayak Sasaran .....                                | 47 |
| 3.4 Data Proyek Sejenis .....                                  | 49 |
| 3.5 Data Hasil Observasi, Kuisioner, dan Wawancara .....       | 51 |
| 3.5.1 Data Hasil Observasi .....                               | 51 |
| 3.5.2 Data Hasil Kuisioner .....                               | 52 |
| 3.5.3 Data Hasil Wawancara .....                               | 56 |

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| 3.6 Analisis Visual .....                        | 58        |
| 3.7 Analisis Produk Sejenis .....                | 63        |
| 3.8 Analisis SWOT .....                          | 64        |
| 3.9 Analisis AIDA .....                          | 67        |
| <b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b> | <b>70</b> |
| 4.1 Konsep .....                                 | 70        |
| 4.1.1 Konsep Umum .....                          | 70        |
| 4.1.2 Konsep Pesan .....                         | 70        |
| 4.1.3 Konsep Kreatif .....                       | 71        |
| 4.1.4 Konsep Media .....                         | 72        |
| 4.2 Konsep Visual .....                          | 76        |
| 4.2.1 Warna .....                                | 76        |
| 4.2.2 Layout .....                               | 77        |
| 4.3.3 Tipografi .....                            | 77        |
| 4.3 Hasil Perancangan .....                      | 78        |
| 4.3.1 Perancangan Media Instagram.....           | 78        |
| 4.3.2 Perancangan Media Pendukung .....          | 81        |
| 4.3.3 Perancangan Media Informasi .....          | 88        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>          | <b>93</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                             | 93        |
| 5.2 Saran .....                                  | 93        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                      | <b>94</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                                  |           |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Daftar Korban Meninggal 5 tahun Terakhir ..... | 47 |
| Tabel 3.2 Analisis Produk Sejenis .....                  | 64 |
| Tabel 3.3 Analisis Matriks SWOT .....                    | 66 |
| Tabel 3.4 Analisis AIDA .....                            | 69 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Model Komponensial Kampanye .....                                 | 16 |
| Gambar 2.2 Model Kampanye Ostergaard .....                                   | 17 |
| Gambar 2.3 The Five Functional Stages Development Model .....                | 18 |
| Gambar 2.5 The communicative Functions Model .....                           | 19 |
| Gambar 2.6 Model Kampanye Nowak dan Warneryd .....                           | 20 |
| Gambar 2.7 The Diffusion of Innovation Model .....                           | 22 |
| Gambar 2.8 Prinsip Layout Sequence .....                                     | 31 |
| Gambar 2.9 Prinsip Layout Emphasis .....                                     | 32 |
| Gambar 2.10 Prinsip Layout Balance .....                                     | 32 |
| Gambar 2.11 Prinsip Layout Unity .....                                       | 33 |
| Gambar 3.2 Logo Suporter Cerdas Indonesia .....                              | 50 |
| Gambar 3.3 Logo Info Suporter Indonesia .....                                | 50 |
| Gambar 3.4 Kampanye Menolak Rasis oleh UEFA .....                            | 58 |
| Gambar 3.4 Kampanye Tukar Jersey oleh UEFA .....                             | 59 |
| Gambar 3.5 Kampanye Bersatu Suporter oleh PSG .....                          | 60 |
| Gambar 3.6 Kampanye Dukungan Tim Nasional oleh FA England .....              | 60 |
| Gambar 3.7 Kampanye Rivalitas, oleh The Sun .....                            | 61 |
| Gambar 3.7 Karakteristik Tipografi yang Digunakan .....                      | 62 |
| Gambar 3.8 Karakteristik Warna Persib Bandung .....                          | 62 |
| Gambar 3.9 Karakteristik Warna Global yang Digunakan .....                   | 63 |
| Gambar 4.1 Skema Warna yang Digunakan .....                                  | 75 |
| Gambar 4.2 Kumpulan Font yang digunakan dalam kampanye Sapa<br>Lawanmu ..... | 77 |
| Gambar 4.3 Ilustrasi pengayaan karakter visual .....                         | 78 |
| Gambar 4.4 3 bar pertama pada Instagram Sapa Lawanmu .....                   | 79 |
| Gambar 4.5 Feed Instagram selanjutnya dari akun Sapa Lawanmu .....           | 79 |
| Gambar 4.6 Tampilan Profil Instagram selanjutnya dari akun Sapa              |    |

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Lawanmu .....                                                                                          | 80 |
| Gambar 4.7 Tampilan media pendukung Poster kampanye Sapa<br>Lawanmu .....                              | 81 |
| Gambar 4.8 Tampilan media pendukung T-shirt kampanye Sapa<br>Lawanmu .....                             | 82 |
| Gambar 4.9 Tampilan media pendukung Stand Banner kampanye Sapa<br>Lawanmu .....                        | 83 |
| Gambar 4.10 Tampilan media pendukung Pin Button kampanye Sapa<br>Lawanmu .....                         | 84 |
| Gambar 4.11 Tampilan media pendukung Post Card kampanye Sapa<br>Lawanmu .....                          | 85 |
| Gambar 4.12 Tampilan media pendukung Topi <i>Snapback</i> kampanye Sapa<br>Lawanmu .....               | 86 |
| Gambar 4.13 Tampilan media pendukung <i>Rubber Bracelet</i> kampanye<br>Sapa Lawanmu .....             | 86 |
| Gambar 4.14 OB Van sebagai media pendukung dalam mengadakan<br><i>booth</i> kampanye Sapa Lawanmu..... | 87 |
| Gambar 4.15 Contoh flyer <i>Transfer Update</i> .....                                                  | 89 |
| Gambar 4.16 Contoh flyer Pertandingan Persib.....                                                      | 90 |
| Gambar 4.17 Contoh flyer Hasil Pertandingan Persib .....                                               | 91 |
| Gambar 4.18 Contoh flyer Ucapan Ulang Tahun Pemain dan Staff<br>Persib .....                           | 92 |

## DAFTAR DIAGRAM

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Diagram 3.1 Usia dari khalayak responden .....                         | 52 |
| Diagram 3.2 Profesi dari khalayak responden .....                      | 53 |
| Diagram 3.3 Media dalam mengakses informasi .....                      | 53 |
| Diagram 3.4 Respon dari khalayak tentang upaya perdamaian .....        | 54 |
| Diagram 3.5 Respon responden atas perdamaian yang menjadi tujuan ..... | 55 |

