

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.7 Metode Penelitian	5
1.8 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.9 Sistematis Perancangan.....	6
1.10 Kerangka Penelitian.....	7
1.11 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	9
DASAR PEMIKIRAN.....	9
2.1 Kampanye.....	9
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	9
2.1.2 Jenis-Jenis Kampanye.....	9
2.1.3 Strategi Komunikasi Dalam Kampanye.....	10
2.1.4 Model Kampanye Ostergaard.....	11

2.1.5 Pesan Kampanye.....	11
2.1.6 Saluran Kampanye.....	13
2.1.7 <i>Facet Model Of Effect</i>	13
2.2 Media.....	15
2.2.1 Definisi Media.....	15
2.2.2 Perencanaan Media.....	15
2.3 Periklanan.....	16
2.3.1 Definisi Periklanan.....	16
2.3.2 Tujuan Periklanan.....	17
2.4 Tumbuh Kembang Anak.....	17
2.4.1 Pengertian Tumbuh Kembang Anak.....	17
2.4.2 Aspek Tumbuh Kembang Anak.....	18
2.4.3 Kebutuhan Dasar Anak.....	18
2.5 Keterlambatan Berbicara (<i>Speech Delayed</i>) pada anak.....	19
2.5.1 Pengertian Keterlambatan Berbicara.....	19
2.5.2 Penyebab Keterlambatan Bicara Pada Anak.....	19
2.5.3 Dampak Keterlambatan Bicara Pada Anak.....	21
2.6 Desain Komunikasi Visual	22
2.6.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	22
2.6.2 Unsur-Unsur Visual.....	22
2.6.3 Layout	23
2.6.3.1 Prinsip Layout.....	23
2.6.4 Warna.....	24

2.6.4.1 Additive Color (RGB).....	25
2.6.4.2 Subtractive Color (CMYK).....	25
2.6.5 Tipografi.....	26
BAB III.....	27
DATA DAN ANALISIS.....	27
3.1 Data.....	27
3.1.1 Data Pemberi Proyek.....	27
3.1.2 Data Produk.....	30
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	34
3.1.4 Data Pendukung.....	37
3.1.5 Data Proyek Sejenis.....	38
3.2 Analisis.....	41
3.2.1 Analisi Data Objek.....	41
3.2.2 Analisi Masalah 4W+1H.....	42
3.2.3 Analisis Proyek Sejenis Dengan Matriks.....	42
BAB IV.....	46
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	46
4.1 Konsep Perancangan.....	46
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	46
4.1.2 Pendekatan Komunikasi.....	46
4.1.3 Strategi Pesan.....	47
4.1.4 Strategi Kreatif.....	48
4.1.4.1 <i>Creatif Brief</i>	49

4.1.5 Strategi Media.....	51
4.1.5.1 Media Utama.....	51
4.1.5.2 Media Pendukung.....	52
4.1.6 Strategi Komunikasi.....	54
4.1.7 Strategi Visual.....	55
4.1.7.1 Indikator Khalayak Sasaran (<i>Moodboard</i>).....	56
4.1.7.2 Gaya Visual	56
4.1.7.3 Layout.....	57
4.1.7.4 Tifografi.....	57
4.1.7.5 Warna.....	58
4.2 Hasil Perancangan.....	59
4.2.1 Logo.....	60
4.2.2 Poster <i>Print Ads</i>	60
4.2.3 <i>Handbook</i>	62
4.2.4 Social Media.....	64
4.2.5 <i>X-Banner</i>	65
4.2.6 Poster Event.....	65
4.2.7 Event.....	66
4.2.8 Merchandise.....	67
BAB V.....	68
KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68