

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	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 Penelitian .....	4
1.4.1 Tujuan Khusus .....	4
1.4.2 Tujuan Umum .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Kualitatif .....	5
1.7 Kerangka Penelitian .....	6
1.8 Pembabakan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Kampanye .....	9
2.1.1 Pengertian Kampanye .....	9
2.1.2 Tujuan Kampanye .....	9
2.1.3 Jenis Kampanye .....	10
2.1.4 Model Kampanye .....	11
2.1.5 Kampanye Sosial.....	12

2.1.6 Persuasi Dalam Kampanye .....	12
2.1.7 Pesan Dalam Kampanye .....	13
2.2 Perkembangan Anak .....	13
2.2.1 Pengertian Perkembangan Anak .....	13
2.2.2 Aspek – Aspek Perubahan .....	13
2.2.3 Masa Keemasan Anak.....	14
2.2.4 Perkembangan Awal .....	15
2.3 Bermain.....	16
2.3.1 Pengertian Bermain.....	16
2.3.2 Kategori Bermain .....	16
2.3.3 Tujuan Bermain.....	17
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	17
2.4.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	17
2.4.2 Unsur -Unsur Desain Komunikasi Visual.....	18
2.4.3 Tipografi.....	19
2.4.4 Layout .....	20
2.4.5 Logo .....	21
2.4.6 Warna .....	22
2.4.7 Copywriting .....	24
2.5 Komunikasi .....	25
2.5.1 Pengertian Komunikasi .....	25
2.5.2 Komunikasi Persuasi.....	26
2.5.3 Proses Komunikasi.....	26
2.6 Media .....	26
2.6.1 Pengertian Media .....	26
2.6.2 Tujuan Media .....	27
2.6.3 Jenis – Jenis Media.....	27
2.6.4 Kelompok Media Periklanan .....	28
2.6.5 Strategi Media .....	29

2.7 Perilaku Konsumen .....	30
2.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	30
2.7.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	30
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>32</b>
3.1 Data Faktual .....	32
3.2 Sasaran Khalayak .....	36
3.3 Analisis Matriks .....	37
3.4 Data Wawancara .....	39
3.5 S.W.O.T .....	39
3.6 Observasi.....	40
<b>BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	42
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	42
4.1.2 Pendekatan Komunikasi.....	42
4.1.3 Konsep Pesan .....	42
4.1.4 Konsep Kreatif .....	43
4.2 Konsep Visual .....	45
4.2.1 Moodboard .....	45
4.2.2 Gaya Visual.....	45
4.2.3 Tipografi.....	46
4.2.4 Warna .....	46
4.3 Konsep Media .....	47
4.3.1 Timeline Media .....	49
4.4 Hasil Perancangan.....	49
4.4.1 Logo .....	49
4.4.2 Poster.....	50
4.4.3 Aplikasi .....	52
4.4.4 Ambient Media.....	53
4.4.5 Media Sosial.....	54

4.4.6 Event .....	55
4.4.7 Xbanner .....	56
4.4.8 Billboard.....	56
4.4.9 Merchandise .....	57
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>