

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR BAGAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Perancangan	3
1.6 Metode Pengumpulan Data	4
1.7 Kerangka Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Kampanye	6
2.1.1 Pengertian Kampanye	6
2.1.2 Jenis Kampanye	7
2.1.3 Pesan Kampanye	7
2.1.4 Penghambat Kampanye	9
2.2 Kampanye Sosial	10
2.3 Media	12
2.3.1 Poster	14
2.3.2 Banner	15

2.3.3	Sticker	15
2.3.4	Gelang.....	16
2.3.5	T-shirt	16
2.3.6	Media Sosial	16
2.4	AISAS.....	16
2.5	Teori Desain Komunikasi Visual	18
2.5.1	Layout	18
2.5.2	Warna	19
2.5.3	Tipografi	20
2.5.3	Komposisi	22
2.5.3	Logo.....	22
2.5.3	Ilustrasi	31
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		33
3.1	Data	33
3.1.1	Data Pemberi Proyek/Mitra	33
3.1.2	Data Objek Penelitian	36
3.1.3	Data Khalayak Sasaran.....	37
3.1.4	Data Hasil Observasi,Wawancara,Kuisisioner.....	38
3.1.5	Data Proyek Terdahulu/sejenis	42
3.2	Analisi Data	44
3.2.1	Analisis Data Proyek Sejenis	48
3.3	Kesimpulan Hasil Analisis Data	51
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		52
4.1	Konsep Pesan	52
4.1.1	Big Idea	52
4.1.2	Tujuan Pesan.....	52
4.1.3	Strategi Pesan.....	52

4.1.4	Tagline/Headline/Judul	53
4.2	Konsep Kreatif	53
4.3	Konsep Visual.....	54
4.3.1	Ilustrasi	55
4.3.2	Tipografi	56
4.3.3	Warna	57
4.3.4	Layout	58
4.4	Konsep Media.....	60
4.4.1	Jenis Media.....	60
4.4.2	Strategi AISAS	61
4.5	Hasil Perancangan	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63