

## Daftar Isi

BAB I .....	3
Pendahuluan .....	3
1.1 Latar Belakang .....	3
1.2 Permasalahan .....	7
1.2.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Ruang Lingkup .....	7
1.4 Tujuan Perancangan .....	8
1.5 Manfaat Perancangan .....	9
1.6 Metodologi Penelitian .....	9
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	10
1.6.2 Metode Analisis .....	11
1.7 Kerangka Perancangan .....	12
1.8 Pembabakan.....	13
BAB II DASAR PEMIKIRAN .....	12
2.1.2 Sifat dan Ciri Kampanye .....	12
2.1.3 Jenis Kampanye .....	13
2.1.4 Kampanye Sosial .....	14
2.1.5 Strategi Kampanye Sosial.....	15
2.1.6 Strategi Komunikasi dalam Kampanye .....	15
2.1.7 Pesan Kampanye .....	16
2.1.8 Khalayak Sasaran Kampanye .....	18
2.1.9 Perilaku Konsumen .....	19

2.1.9.1 Gaya Hidup AOI .....	19
2.2 Iklan.....	20
2.2.1 Fungsi Iklan .....	21
2.2.2 Periklanan dan Strategi Kreatif .....	22
2.3 Komunikasi .....	23
2.3.2 Komunikasi Persuasi .....	24
2.3.3 Proses Komunikasi .....	24
2.3.4 Facet Model of Effects.....	26
2.3.5 Bentuk Komunikasi .....	27
2.4 Media.....	28
2.4.2 Tujuan Media.....	28
2.4.4 Kelompok Media Periklanan .....	29
2.4.5 Jenis-jenis Media .....	31
2.4.7 AISAS .....	32
2.4.8 Event.....	33
2.4.9 Media Aplikasi .....	34
2.4.10 Media Sosial .....	35
2.5 Desain Komunikasi Visual .....	35
2.5.2 Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	36
2.5.3 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual .....	37
2.5.3 Tipografi.....	44
2.5.4 Layout.....	46
2.6 Pesan.....	49
2.6.1 Pesan sebagai Tujuan Komunikasi.....	50
2.6.2 Copywriting .....	50

BAB III .....	52
DATA DAN ANALISIS MASALAH .....	52
3.2    Data Permasalahan .....	55
3.3    Data Hasil Observasi, Kuisisioner dan Wawancara.....	59
3.3.2    Data Kuisisioner .....	62
3.3.3    Data Wawancara.....	64
3.4    Data Khalayak Sasaran.....	65
3.5    Data Sejenis .....	69
3.6    SWOT.....	71
BAB IV .....	71
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....	71
4.1    Strategi Kampanye .....	71
4.1.1    Ideology Campaign Oriented.....	71
4.1.2    Kampanye Sosial .....	71
4.2    Strategi Komunikasi .....	72
4.2.1    Pendekatan Rasional .....	72
4.2.2    Pendekatan Emosional.....	72
4.2.3    Konsep Pesan.....	72
4.2.3.1    Nama Kampanye.....	73
4.2.3.2    Tagline .....	73
4.2.3.4    What to Say.....	74
4.3    Strategi Media .....	74
4.3.1    Konsep Perancangan.....	74
4.3.2    Konsep Kreatif.....	75
4.3.3    Konsep Media.....	76
4.4    Strategi Visual .....	77
4.4.1    Referensi Visual.....	77

4.4.2	Jenis Huruf .....	78
4.4.3	Warna .....	79
4.5	Hasil Perancangan .....	79
4.5.1	Logo .....	80
4.5.2	Poster .....	81
4.5.3	Ambient Media .....	82
4.5.4	Face Filter .....	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		85