

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.3 Rumusan Permasalahan	4
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Metodologi Penelitian.....	6
1.8 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.9 Metode Analisis	8
1.10 Kerangka Berpikir.....	9
1.11 Pembabakan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Efisiensi Energi.....	11
2.1.1 Pengertian Efisiensi Energi.....	11
2.2 Kampanye	11
2.2.1 Pengertian Kampanye	11
2.2.2 Tujuan Kampanye.....	12
2.2.3 Jenis-jenis Kampanye	12
2.2.4 Model Kampanye Ostergaard	14

2.3 Strategi Perancangan.....	15
2.4 Iklan	16
2.4.1 Definisi Iklan.....	16
2.4.2 Tujuan Periklanan	16
2.4.3 Manfaat Iklan	16
2.4.4 Persuasi dalam Iklan	17
2.5 Perilaku Konsumen	17
2.6 Komunikasi	18
2.6.1 Pengertian Komunikasi	18
2.6.2 Jenis-Jenis Komunikasi.....	18
2.6.3 Model Komunikasi.....	19
2.6.4 Strategi Komunikasi.....	19
2.7 Activity, Interest, Opinion (AIO).....	21
2.8 Media	22
2.8.1 Pengertian Media	22
2.8.2 Strategi Media	23
2.9 Pesan	24
2.9.1 Strategi pesan	24
2.10 Desain Komunikasi Visual.....	24
2.10.1 Prinsip Desain	25
2.11 Teori Elemen Visual	26
2.12 Event	29
2.12.2 Jenis Event	29
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	31
3.1 Data Institusi	31
3.1.1 PT Perusahaan Listrik Negara (PLN)	31
3.1.2 Visi dan Misi.....	32
3.1.3 Struktur Perusahaan	33
3.1.4 Tujuan	33
3.2 Data Permasalahan	34
3.3 Data Empirik	36
3.3.1 Data Wawancara	36
3.3.2 Data Observasi	37
3.4 Data Khalayak Sasaran	37
3.4.1 Perilaku Khalayak Sasaran.....	39

3.5 Data Sejenis.....	40
3.5.1 Kampanye <i>Earth Hour</i>	40
3.5.2 Kampanye Potong 10%.....	41
3.6 Analisis Data Kampanye Sejenis	43
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	44
4.1 Strategi Kampanye.....	44
4.1.1 Ideologically or cause-Oriented Campaigns	44
4.1.2 Kampanye Sosial.....	45
4.2 Strategi Komunikasi.....	45
4.2.1 Pendekatan Rasional	45
4.2.2 Pendekatan Emosional	45
4.2.3 Konsep Pesan	46
4.3 Strategi Media	47
4.3.1 Konsep Perancangan	47
4.3.2 Konsep Kreatif	48
4.3.3 Konsep media.....	50
4.3.4 Merchandise	51
4.4 Strategi Visual.....	52
4.4.1 Refrensi Visual.....	52
4.4.2 Jenis Huruf	53
4.4.3 Warna	54
4.5 Hasil Perancangan.....	55
4.5.1 Media Utama.....	55
4.5.2 Media Pendukung	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66