

DAFTAR ISI

Abstrak	i
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup	5
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.5 Manfaat Penulisan	7
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.6.1 Metode Kualitatif	7
1.6.2 Metode Pengumpulan data	7
1.7 Metode Analisis.....	9
1.8 Kerangka Perancangan	10
1.9 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Teori Kampanye	12

2.1.1 Tujuan Kampanye	12
2.1.2 Kampanye Sosial	13
2.1.3 Model Kampanye	14
2.1.4 Pesan Kampanye	15
2.2 Teori Komunikasi	16
2.2.1 Tujuan Komunikasi	16
2.2.2 Komunikasi Persuasi	16
2.2.3 Model Komunikasi	22
2.2.4 Strategi Komunikasi	18
2.3 Strategi Kreatif	20
2.4 Teori Media	28
2.4.1 Jenis Media	21
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual	22
2.5.1 Prinsip Desain Komunikasi Visual	22
2.6 Logo	29
2.8 Layout	31
2.9 Khalayak Sasaran	32
2.9.1 Gaya Hidup	32
2.10 Perilaku Konsumtif	33
BAB III	32
DATA DAN ANALISIS	32
3.1 Data Pemberi Proyek	33
3.1.1 DLHK Kota Bandung	33
3.1.2 Darahku Biru	34
3.2 Data Permasalahan	36

3.3 Data Objek Penelitian.....	38
3.4 Data Khalayak	35
3.5 Data Wawancara.....	40
3.5.1 Kesimpulan Wawancara.....	42
3.6 Data Kuisisioner.....	43
3.6.1 Kesimpulan Kuisisioner	41
3.7 Data Kampanye Sejenis.....	49
3.7.1 Kampanye Sadari Sedari	49
3.7.2 Kampanye Kekno Klambimu	51
3.8 Analisis	53
3.8.1 Analisis Target Audiens	53
3.8.2 Analisis Matriks Perbandingan	55
3.9 Analisis Matriks SWOT	59
3.10 Hasil Analisis	60
BAB IV	61
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	61
4.1 Konsep Pesan	61
4.2 Strategi Komunikasi	62
4.2.1 Daya Tarik.....	62
4.2.2 <i>What To Say</i>	62
4.2.3 <i>How to Say</i>	63
4.2.4 <i>Tagline</i>	64
4.3 Strategi Visual	64
4.3.1 Tipografi	64
4.3.2 Warna	64

4.4 Strategi Media	64
4.5 Strategi Kreatif	65
BAB V.....	69
KESIMPULAN DAN SARAN.....	69