

DAFTAR ISI

Abstraksi	i
Abstraction	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode yang Digunakan	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	6
1.6.3 Metode Analisis.....	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kampanye	10
2.1.1 Jenis-Jenis Kampanye	10
2.1.2 Model-Model Kampanye	11
2.1.3 Aspek-Aspek Kampanye	12
2.2 Komunikasi.....	12
2.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi.....	13
2.3 Iklan	14
2.3.1 Fungsi Iklan.....	14
2.3.2 Elemen-Elemen Iklan	15
2.4 Copywriting	16
2.5 Target Audiens	17
2.5.1 Segmentasi Target Audiens.....	17
2.5.2 Remaja.....	18
2.6 Media	19

2.6.1 Jenis-Jenis Media	19
2.6.2 New Media	20
2.7 Strategi Kreatif dan Strategi Pesan	21
2.7.1 The Facet Model of Effects	23
2.8 Desain Komunikasi Visual	25
2.8.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual	25
2.8.2 Unsur-Unsur Desain	26
2.8.3 Layout.....	32
BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH	33
3.1 Data Kecemasan	33
3.2 Data Target Audiens	34
3.3 Data Empirik.....	38
3.3.1 Data Hasil Kuesioner.....	38
3.3.2 Data Hasil Wawancara	40
3.4 Kampanye Sejenis	41
3.4.1 Analisis Matrik Kampanye Sejenis	41
3.4.2 Analisis SWOT Kampanye Sejenis	43
3.4.3 Analisis SWOT Perancangan Kampanye	44
BAB IV KOSEP DAN HASIL RANCANGAN	46
4.1 Konsep Perancangan.....	46
4.1.1 Strategi Pesan	46
4.1.2 Strategi Kreatif dan Media Visual	47
4.2 Hasil Perancangan	54
4.2.1 Logo Kampanye	54
4.2.2 Persepsi.....	55
4.2.3 Kognisi dan Emosi	57
4.2.4 Persuasi	60
4.2.5 Asosiasi	62
4.2.6 Perilaku	62
BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67