

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang lingkup	6
1.4 Tujuan perancangan	7
1.5 Manfaat Perancangan	8
1.6 Metode Penelitian	8
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	8
1.6.2 Metode Analisis Data	9
1.7 Kerangka Pemikiran	10
1.8 Pembabakan	11
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	12
2.1 Teori Gerakan Sosial	12
2.1.1 Karakteristik Gerakan Sosial	12
2.1.2 Jenis-jenis gerakan sosial	13
2.2 Teori Kampanye	14
2.3 Teori Komunikasi	18
2.3.1 Tujuan Komunikasi	19
2.3.2 Teori Komunikasi Persuasi	19
2.3.3 Teknik Komunikasi Kampanye	20
2.3.4 Model Komunikasi (AISAS)	21
2.4 Teori Strategi Kreatif	21
2.5 Teori Media	22
2.5.1 Media Kampanye	22
2.6 Media Komunikasi	24
2.7 Media Periklanan	25
2.8 Teori Desain Komunikasi Visual	25
2.8.1 Prinsip Desain Komunikasi Visual	26

2.8.2 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	29
2.9 Teori Branding	34
2.9.1 Unsur-unsur branding	35
2.10 Teori Layout	36
2.10.1 Prinsip Layout	36
2.10.2 Jenis Grid	37
2.11 Teori Tipografi	40
2.11.1 Jenis Tipografi	40
2.12 Teori Marketing	41
2.13 Kerangka Teori	43
2.14 Asumsi	43
BAB III DATA DAN ANALISIS	45
3.1 Data Pemberi Proyek	45
3.2 Data Objek	46
3.1 Data Khalayak	51
3.2 Data Proyek Sejenis	51
3.5 Data Hasil Wawancara	57
3.6 Data Hasil Observasi	65
3.7 Data Hasil Kuisisioner	69
3.8 Analisis Data	74
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	85
4.1 Konsep Pesan	85
4.2 Konsep Kreatif	85
4.3 Konsep Media	86
4.4 Konsep Visual	88
4.5 Konsep Bisnis	91
4.6 Hasil Perancangan	92
4.6.1 Sketsa	92
4.6.2 Media Utama	92
4.6.3 Media Promosi	103
4.6.4 Media Pendukung	110
BAB V PENUTUP	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	117