

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2	PERMASALAHAN	4
	1.2.1 Identifikasi Masalah	4
	1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3	RUANG LINGKUP.....	4
1.4	TUJUAN PERANCANGAN.....	5
1.5	MANFAAN PERANCANGAN.....	6
1.6	METODE PENELITIAN & ANALISIS DATA.....	6
	1.6.1 Metode Kualitatif	6
	1.6.2 Metode Pengumpulan Data	6
1.7	KERANGKA PERANCANGAN.....	8
1.8	PEMBABAKAN PENULISAN	8

BAB II DASAR PEMIKIRAN

2.1	KOMUNIKASI.....	10
	2.1.1 Tujuan Komunikasi	10
	2.1.2 Fungsi Komunikasi	12
	2.1.3 Pesan Dan Gaya Visual.....	12
2.2	KOMUNIKASI DAN PERIKLANAN	15

2.2.1	Tujuan Periklanan	16
2.2.2	Definisi Periklanan.....	17
2.2.3	Unsur Periklanan	17
2.3	KOMUNIKASI DAN <i>PUBLIC RELATION</i>	19
2.3.1	Pengertian Public Relation.....	19
2.3.2	Unsur Utama Public Relation.....	19
2.3.3	Fungsi Public Relation	20
2.4	KOMUNIKASI DAN KAMPANYE.....	21
2.4.1	Kriteria Kampanye	23
2.4.2	Proses Desain Kampanye.....	23
2.4.3	Kampanye Periklanan	24
2.4.4	Jenis Kampanye Murah.....	26
2.4.5	Pesan Kampanye Murah	26
2.5	MEDIA.....	28
2.5.1	<i>Viral Marketing</i>	30
2.5.2	<i>Outdoor Advertising</i>	30
2.5.3	<i>Relationship Marketing</i>	30
2.6	DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.....	31
2.6.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	31
2.6.2	Unsur Desain Komunikasi Visual.....	31
2.6.3	Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual	36
2.7	PSIKOLOGI.....	43
2.7.1	Remaja Akhir	43
2.7.2	Dewasa Dini	43
2.8	MODEL AISAS	44

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	PENGUMPULAN DATA	45
3.1.1	Jenis Data	45
3.2.1	Teknik Pengambilan Data.....	46
3.2	TINJAUAN TERHADAP OBJEK STUDI	46

3.2.1	Visi dan Misi Sejarah AIESEC	47
3.2.2	Sejarah Singkat AIESEC	47
3.2.3	Struktur Organisasi AIESEC	49
3.2.4	Data Khalayak Sasaran	50
3.3	DATA HASIL WAWANCARA	51
3.3.1	Karakteristik Responden	52
3.3.2	Target Sasaran	52
3.3.3	Hasil Wawancara	53
3.4	ORGANISASI	55
3.4.1	Budaya Organisasi	55
3.4.2	Perilaku Organisasi	59
3.5	ANALISIS	60
3.5.1	Analisi Melalui Strategi Kreatif	60

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

4.1	KONSEP PERANCANGAN	63
4.1.1	Konsep Pesan	63
4.1.2	Strategi Pesan	64
4.1.3	Konsep Kreatif	65
4.1.4	Strategi Visual	67
4.1.5	Konsep Visual	68
4.1.6	Visualisasi	72
4.1.7	Strategi Media	76
4.1.7	Konsep Media	76
4.1.7	Timeline Media	79
4.2	HASIL PERANCANGAN	80
4.2.1	<i>Booth</i>	80
4.2.2	Poster	81
4.2.3	<i>Mini X-Banner</i>	83
4.2.4	<i>Flyer</i>	84
4.2.5	<i>Sticker</i>	86

4.2.6 <i>Bookmark</i>	88
4.2.7 Brosur	89
4.2.8 <i>Facebook Cover</i>	90

BAB V KESIMPULAN

DAFTAR PUSTAKA