

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i	
ABSTRACT	ii	
LEMBAR PENGESAHAN	iii	
LEMBAR PERNYATAAN	iv	
PERSEMBAHAN	v	
KATA PENGANTAR	vi	
DAFTAR ISI	vii	
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI	x	
DAFTAR BAGAN	xii	
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1.	Latar Belakang Masalah..... 1	
1.2.	Permasalahan..... 5	
1.2.1.	Identifikasi Masalah..... 5	
1.2.2.	Perumusan Masalah	5
1.2.3.	Batasan Masalah..... 5	
1.3.	Ruang Lingkup Masalah	6
1.4.	Tujuan Penelitian	7
1.5.	Manfaat Penelitian	7
1.6.	Metode Penelitian, Metode Pengumpulan Data, dan Analisis Data	8
1.6.1.	Metode Penelitian.....	8
1.6.2.	Metode Pengumpulan Data	8
1.6.3.	Analisis Data	9
1.7.	Kerangka Penelitian	11
1.8.	Susunan Penulisan.....	12
BAB II	DASAR PEMIKIRAN	
2.1.	Kampanye	13
2.1.1.	Pengertian Kampanye	13
2.1.2.	Tujuan Kampanye	14
2.1.3.	Jenis-Jenis Kampanye	15

2.1.4.	Faktor-Faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye	16
2.2.	Persuasi	19
2.2.1.	Persuasi Sebagai Titik Tolak Kampanye	19
2.2.2.	Prinsip-Prinsip Umum Persuasi	21
2.2.3.	Strategi Persuasi untuk Praktik Kampanye	24
2.3.	Seleksi Media	29
2.3.1.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keefektifan Media ...	33
2.4.	Desain Komunikasi Visual.....	35
2.4.1.	Unsur-Unsur Desain.....	35
2.4.1.1.	Garis (<i>Line</i>)	35
2.4.1.2.	Bentuk (<i>Shape</i>).....	36
2.4.1.3.	Tekstur (<i>Texture</i>).....	37
2.4.1.4.	Gelap Terang/Kontras	37
2.4.1.5.	Ukuran (<i>Size</i>).....	38
2.4.1.6.	Warna (<i>Color</i>)	38
2.4.1.7.	Gestalt	40
2.4.1.8.	Tipografi.....	41
2.5.	Ilustrasi	42
2.6.	Logo	43
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		
3.1.	Data	45
3.1.1.	Data Institusi	45
3.1.2.	Data Faktual	47
3.1.3.	Data Empirik	55
3.1.3.1.	Sejarah.....	55
3.1.3.2.	Huruf (Had Lampung).....	55
3.1.4.	Data <i>Target Audience & Target Market</i> dan Faktor Penentu Pemilihan <i>Target Audience</i>	56
3.1.4.1.	Data <i>Target Audience & Target Market</i>	56
3.1.4.2.	Faktor Penentu Pemilihan <i>Target Audience</i>	57
3.1.5.	Data Kuesioner.....	58
3.2.	Analisis	

	3.2.1. Analisis AIDA.....	60
	3.2.2. Analisis AIO	62
BAB IV	KONSEP DAN HASIL RANCANGAN	
4.1.	Konsep	63
4.1.1.	Konsep Pesan	63
4.1.2.	Konsep Kreatif	64
	4.1.2.1. Studi Karakter	68
	4.1.2.2. Studi Media Pendukung	69
4.1.3.	Konsep Media	71
4.1.4.	Konsep Event	71
4.1.5.	Konsep Visual	75
	4.1.5.1. <i>Event Name</i>	75
	4.1.5.2. Visualisasi	76
	4.1.5.3. Logo Kampanye	77
	4.1.5.4. Tipografi	78
	4.1.5.5. Warna	79
4.2.1.	Hasil Perancangan.....	81
	4.2.1. Visualisasi Karya	81
	4.2.2. Media Pendukung	82
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	95
5.2.	Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN