

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL & SKEMA	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.4.1 Tujuan Khusus.....	4
1.4.2 Tujuan Umum.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1 Bagi Masyarakat Indonesia Khususnya Anak-anak.....	4
1.5.2 Bagi Anak-anak SD di Bandung.....	5
1.5.3 Bagi Penulis dan Rekan-rekan Seprofesi.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Yang Digunakan.....	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7 Skema Perancangan.....	8
1.8 Pembabakan.....	9
BAB II	10
DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Kampanye.....	10

2.1.1	Pengertian Kampanye.....	10
2.1.2	Sifat dan Ciri Kampanye.....	10
2.1.3	Jenis-jenis Kampanye.....	11
2.1.4	Faktor-faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye.....	12
2.1.5	Faktor-faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye.....	13
2.2	Komunikasi.....	14
2.2.1	Pengertian Komunikasi.....	14
2.2.2	Tekhnik Komunikasi.....	14
2.2.3	Persuasi Dalam Komunikasi	15
2.2.4	Strategi Komunikasi Kampanye.....	16
2.3	Psikologi Anak.....	17
2.3.1	Pemahaman Anak.....	17
2.4	Permainan Tradisional.....	18
2.4.1	Pengertian Permainan Tradisional.....	18
2.4.2	Permainan Tradisional Jawa Barat.....	19
2.5	Buku.....	19
2.6	Pop-Up.....	20
2.6.1	Manfaat Pop-Up.....	21
2.6.2	Teknik Pop-Up.....	21
2.7	Media.....	22
2.7.1	Pengertian Media.....	22
2.7.2	Pemilihan Media.....	23
2.7.3	Strategi Media.....	24
2.7.4	Media Komunikasi.....	25
2.8	Desain Komunikasi Visual (DKV).....	26
2.8.1	Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	27
BAB III	33
DATA DAN ANALISA MASALAH	33
3.1	DISBUDPAR Jawa Barat.....	33
3.1.1	Keorganisasian.....	33
3.1.2	Tugas dan Fungsi.....	34
3.2	Data Komunitas HONG.....	36
3.2.1	Profil Komunitas HONG.....	36
3.2.2	Data Permainan Tradisional Jawa Barat.....	37

3.3 Data Psikolog Anak.....	41
3.4 Tinjauan Empirik.....	41
3.4.1 Pengetahuan anak tentang permainan tradisional Jawa Barat	41
3.4.2 Target Audience.....	43
3.5 Gagasan Awal.....	44
3.6 Analisa Permasalahan.....	45
3.6.1 Analisa Perbandingan.....	45
3.6.2 Metode Analisis SWOT.....	48
3.6.3 Metode Analisis AIDA.....	49
BAB IV.....	53
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	53
4.1 Konsep Perancangan.....	53
4.1.1 Strategi Pesan.....	53
4.1.2 Strategi Kreatif.....	54
4.1.3 Strategi Media.....	54
4.1.4 Strategi Visual.....	58
4.2 Konsep Visual.....	62
4.2.1 Studi Bentuk Visual.....	62
4.2.2 Studi Warna.....	63
4.2.3 Logo Kampanye.....	65
4.2.4 Media Utama.....	66
4.2.5 Media Pendukung.....	67
BAB V.....	70
KESIMPULAN.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	xii
SUMBER LAIN.....	xiii
LAMPIRAN.....	xiv
BIODATA.....	xvii