

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.	4
1.7 Kerangka Perancangan	5
1.8 Pembabakan	6
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	7
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Definisi Komunikasi.....	7
2.1.2 Tujuan Komunikasi	7
2.2 Kampanye.....	8
2.2.1 Definisi Kampanye.....	8
2.2.2 Jenis- Jenis Kampanye.....	8
2.2.3 Tujuan Kampanye.....	10
2.2.4 Strategi Persuasi untuk Prakti Kampanye	10
2.2.5 Aspek- Aspek Perencanaan Kampanye.....	12
2.2.6 Pesan Kampanye.....	14

2.3 Iklan	15
2.3.1 Pengertian Iklan	15
2.3.2 Tujuan Iklan	16
2.4 Taman Kota	17
2.4.1 Fungsi Taman Kota.....	18
2.4.2 Klasifikasi Taman Kota.....	18
2.4.3 Standar Taman Kota	19
2.5 Sampah.....	20
2.5.1 Pengertian Sampah.....	20
2.5.2 Klasifikasi Sampah.....	20
2.5.3 Jenis-Jenis Sampah.....	21
2.6 Desain Komunikasi Visual.....	23
2.6.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	23
2.6.2 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	24
2.7 <i>Copywriting</i>	32
2.7.1 Pengertian <i>Copywriting</i>	32
2.8 Media.....	33
2.8.1 Tujuan Media.....	35
2.8.2 Strategi Media.....	35
2.8.3 Media Kampanye.....	35
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	38
3.1 DATA	38
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek.....	38
3.1.1.1 Dinas Pertamanan	38
3.1.1.2 Culindra.....	40
3.1.1.3 Organda.....	40
3.1.2 Data Produk.....	41
3.1.2.1 Taman Tematik.....	41
3.1.2.2 Data Sampah di Taman Kota.....	56
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	58
3.1.4 Data Proyek Sejenis.....	59
3.15 Data Observasi dan Wawancara.....	60

3.2 Analisis.....	65
3.2.1 Analisis Data Objek.....	65
3.2.2 Analisis Masalah 5W+1H.....	66
3.2.3 Analisis Proyek Sejenis.....	67
3.2.4 Analisis <i>Target Audience</i>	68
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	74
4.1 Konsep Perancangan.....	74
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	74
4.1.2 Pendekatan Komunikasi.....	74
4.1.3 Konsep Pesan.....	74
4.1.4 <i>Creative Brief</i>	76
4.1.5 Konsep kreatif.....	78
4.1.6 Strategi Media.....	79
4.1.7 Konsep Visual.....	84
4.2 Proses Perancangan	85
4.2.1 Studi Logo.....	87
4.2.2 Studi Visual.....	88
4.2.3 <i>Storyline</i>	89
4.2.4 <i>Storyboard</i>	91
4.3 Hasil Perancangan.....	94
BAB V KESIMPULAN.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	112