

## DAFTAR ISI

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| ABSTRAK.....                           | 12 |
| BAB I Pendahuluan .....                | 14 |
| 1.1 Latar Belakang.....                | 14 |
| 1.2 Permasalahan.....                  | 18 |
| 1.2.1 Identifikasi masalah .....       | 18 |
| 1.2.2 Rumusan Permasalahan .....       | 18 |
| 1.3 Ruang Lingkup .....                | 19 |
| 1.4 Tujuan Perancangan .....           | 19 |
| 1.5 Teknik Pengumpulan Data .....      | 19 |
| 1.6 Teknik Analisis.....               | 21 |
| 1.7 Kerangka Perancangan .....         | 22 |
| 1.8 Pembabakan.....                    | 23 |
| BAB II DASAR PEMIKIRAN.....            | 24 |
| 2.1 Teori Komunikasi .....             | 24 |
| 2.2.1 Komunikasi Massa.....            | 25 |
| 2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....     | 26 |
| 2.3 Teori Kampanye .....               | 28 |
| 2.4 Jenis Kampanye.....                | 28 |
| 2.5 Kampanye Sosial .....              | 30 |
| 2.5.1 Aspek Perancangan Kampanye.....  | 31 |
| 2.5.2 Proses Komunikasi kampanye ..... | 31 |
| 2.5.3 Saluran Kampanye.....            | 33 |

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 2.6 Teori Desain Komunikasi Visual .....  | 34 |
| 2.6.1 Teori Warna .....                   | 34 |
| 2.6.2 Teori Tipografi.....                | 36 |
| 2.6.3 Teori <i>Layout</i> .....           | 37 |
| 2.6.4 Teori Ilustrasi.....                | 40 |
| 2.7 Teori Ikon .....                      | 42 |
| 2.8 Media Cetak.....                      | 43 |
| 2.9 Media online.....                     | 44 |
| 2.10 Multimedia .....                     | 44 |
| 2.9 <i>MotionGraphic Animasi</i> .....    | 45 |
| BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....   | 47 |
| 3.1 Data .....                            | 47 |
| 3.1.1 Alzheimer Indonesia (ALZI) .....    | 47 |
| 3.1.2 Visi dan Misi.....                  | 47 |
| 3.1.3 Data Produk .....                   | 50 |
| 3.1.4 Data khalayak Sasaran.....          | 55 |
| 3.1.5 Data Wawancara.....                 | 55 |
| 3.1.6 Data Kuesioner .....                | 58 |
| 3.1.7 Data Proyek Sejenis.....            | 65 |
| 3.2 Analisis Data .....                   | 74 |
| 3.2.1 Analisis Data Hasil Wawancara ..... | 74 |
| 3.2.2 Analisis Data Hasil Kuesioner.....  | 75 |
| 3.2.3 Analisis Data Proyek Sejenis.....   | 76 |

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN ..... | 85  |
| 4.1 Konsep Pesan .....                      | 85  |
| 4.2 Konsep Komunikasi .....                 | 86  |
| 4.2.1 Strategi Komunikasi .....             | 87  |
| 4.2.2 Konsep Kreatif .....                  | 87  |
| 4.3 Konsep Visual .....                     | 88  |
| 4.3.1 <i>Layout</i> .....                   | 88  |
| 4.3.2 Warna.....                            | 89  |
| 4.3.3 Tipografi .....                       | 91  |
| 4.3.4 Ilustrasi .....                       | 91  |
| 4.4 Konsep Media.....                       | 92  |
| 4.4.1 Media Utama .....                     | 92  |
| 4.4.2 Media Pendukung .....                 | 93  |
| a. <i>Video MotionGraphic</i> .....         | 93  |
| 4.5 Timeline kampanye .....                 | 94  |
| 4.6 Budgeting Media .....                   | 94  |
| 4.7 Hasil Perancangan .....                 | 96  |
| 4.7.1 Media Cetak.....                      | 96  |
| 4.7.2 <i>Online</i> media .....             | 100 |
| 4.7.3 Multimedia .....                      | 101 |
| 4.7.4 Uji coba media.....                   | 111 |
| BAB V PENUTUP .....                         | 112 |
| Lampiran.....                               | 116 |